

# РАСКРУТКА Сергей Архангельский в YouTube



12+

КАК ЧЕРЕЗ ПРОДВИЖЕНИЕ ВИДЕО В YOUTUBE  
ПРИВЛЕЧЬ СОТНИ КЛИЕНТОВ В СВОЙ БИЗНЕС



# **Сергей Борисович Архангельский**

## **Раскрутка в YouTube: Как через продвижение видео в YouTube привлечь сотни клиентов в свой бизнес**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=56519111](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=56519111)  
SelfPub; 2020*

### **Аннотация**

YouTube является вторым по посещаемости сайтом в мире, и как любая социальная сеть он постоянно развивается, меняя алгоритмы и принципы ранжирования видео. В данной книге автор предлагает новые подходы к продвижению видео на YouTube. Что, в свою очередь, позволит вам не только увеличить количество трафика на свой сайт, магазин, лендинг, но и привлечь в ваш бизнес новых клиентов. Книга позволяет по-новому взглянуть на современные возможности и принципы видеомаркетинга. Изучив ее, вы сможете не только правильно создать и оптимизировать канал на YouTube, но и привлечь на него свою целевую аудиторию. Книга позволит вам получить актуальные данные и начать работать со своим Интернет-ресурсом правильно, несмотря на уровень вашей подготовки. Рассчитана на широкий круг читателей: от владельцев бизнеса до



начинающих блогеров. Об авторе: Сертифицированный эксперт по раскрутке и продвижению в YouTube. Кандидат технических наук. Автор нескольких книг бестселлеров по версии ozon. ru



# Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
История YouTube: от провала к триумфу	10
Жажда зрелищ – ключ к успеху: звезды YouTube	14
Музыка для миллионов	15
Забавные животные и милые детишки	23
Приколы повсюду	25
Монетизируй ЭТО!	28
Герои хайпа: топовые блогеры YouTube и их доходы	31
От чего зависит заработок на YouTube	32
Какие есть еще способы монетизации YouTube-канала?	33
ТОП-5 российских блогеров	35
Зарубежный YouTube-миллионер	41
Вирусный эффект видео на YouTube	42
Конец ознакомительного фрагмента.	47



# ПРЕДИСЛОВИЕ

Держу пари, вы любите заходить на YouTube! И делаете это не так уж редко! Что вас привлекает? Скандальные или криминальные ролики? Забавные кошечки? Любимые телепередачи или клипы любимых групп? Или каналы любимых блогеров? В любом случае этот портал уже давно стал такой же частью вашей жизни, как популярные ток-шоу, сериалы или комедийные телепроекты. Однако вы можете использовать YouTube не только для развлечения, но и для создания собственного мини-канала. Это позволит вам достойно зарабатывать, продвигая свои товары и услуги.

Все не так сложно, как кажется! Эта книга – ваш навигатор по миру YouTube, ваш компас, который поможет найти свою нишу, обосноваться там с комфортом и привлечь на свой канал именно ту целевую аудиторию, которая вам нужна. И на тех же роликах про кошечек можно заработать, если вы, к примеру, заводчик элитных кошачьих пород и готовы часами рассказывать, как ухаживать за пушистыми персами или лысыми сфинксами.

Чтобы вы убедились в возможностях YouTube на практике, эта книга построена в форме тренинга. Читайте, выполняйте задания, внедряйте секретные фишки и получайте реальные результаты. Ваш успех – только в ваших руках!

Моя страсть – соединять несоединимое, решать сложные



задачи и достигать амбициозных целей, получая при этом максимальное удовольствие от жизни. Я являюсь кандидатом технических наук по специальности 05.13.06 («Автоматизация и управление технологическими процессами и производствами»). Также я был ведущим инженером в одной из компаний атомной энергетики. Принимал активное участие в работах на Калининской, Балаковской, Ростовской АЭС, а также АЭС «Козлодуй» в Болгарии. Написал и издал книгу «Безопасность энергетических систем с повышенной категорией рисков».



Безопасность энергетических систем

Сергей Архангельский, В. Шемелин



Сергей Архангельский  
Владимир Шемелин

# **Безопасность энергетических систем с повышенной категорией рисков**

Монография



**LAMBERT**  
Academic Publishing



Деятельность в сфере энергетики в прямом и переносном смысле заставляет активно развивать собственную энергию, поэтому мне столь интересен коучинг. Для погружения в его увлекательный мир я прошел личное обучение у многих ведущих экспертов по личной эффективности, маркетингу, продажам и межличностным отношениям России и мира. Мои учителя – Андрей Парабеллум, Николай Мрочковский, Тони Робинс, Антон Ельницкий, Петр Осипов, Михаил Дашкиев, Азамат Ушанов и многие другие.

В своих материалах я стараюсь донести до своей целевой аудитории достаточно сложную информацию максимально понятно и доступно и полностью вложиться в каждого из своих учеников, чтобы он получил желаемый результат от тренинга, так как я уверен, что именно результаты учеников и создают имя тренеру, а вовсе не количество оплаченных заказов.

Мне хочется, чтобы и вы, мой дорогой читатель, достигли успеха. Мне хочется вас вдохновить, мотивировать и дать вам как можно больше полезного материала в этой книге. Через И получалось, что люди, которые просматривали ролики, сами выводили их в топ. Именно поэтому многие ролики до сих пор находятся в топе и на первой странице Google.

Главная цель данной книги и моих обучающих курсов – научить людей выводить ролики по ключевому запросу в топы YouTube и поисковой системы Google.



Прочитайте внимательно эту книгу и начните сразу применять на практике полученные знания. Тогда ваш успех неминуем!



# История YouTube: от провала к триумфу

YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) – популярнейший сервис, предоставляющий услуги видеохостинга. Здесь пользователи могут просматривать и комментировать ролики, добавлять свои видео, а также рекомендовать друзьям различные видеозаписи.

В рамках сервиса можно также добавлять подсказки и титры к видео, выставять рейтинг просмотренным роликам (если автор предоставил такую возможность). Человек, загрузивший видео, также может запретить «встраивание» его на другие сайты, блоги и форумы, а также преобразовывать загруженное видео из 2D в 3D.

Благодаря простоте использования YouTube стал третьим сайтом в мире по количеству посетителей – так, в начале 2018 года ежедневное количество просмотров на сайте достигло 5 млрд! Каждую минуту пользователями всего мира загружаются 300 часов видео. Кроме того, это одна из крупнейших поисковых систем и крупнейшая видеоплатформа. На сайте размещаются как профессионально снятые фильмы и клипы, так и любительские видеозаписи (видеоблоги и т.д.). Российские пользователи составляют 3 % аудитории сервиса (62 млн человек).



YOUTUBE ПОЛУЧАЕТ БОЛЕЕ  
30 МИЛЛИОНОВ  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ В ДЕНЬ

76 ЯЗЫКОВ ИСПОЛЬЗУЮТ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ YOUTUBE

СРЕДНИЙ СЕАНС  
МОБИЛЬНОГО ПРОСМОТРА  
ДЛИТСЯ БОЛЕЕ 40 МИНУТ

ИЗ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ  
YOUTUBE 38% - ЖЕНЩИНЫ,  
А 62% - МУЖЧИНЫ

YouTube

ЕЖЕДНЕВНО НА YOUTUBE  
ПРОСМАТРИВАЕТСЯ ПОЧТИ  
5 МИЛЛИАРДОВ РОЛИКОВ

YOUTUBE ЗАПУСТИЛ  
ЛОКАЛЬНЫЕ ВЕРСИИ БОЛЕЕ  
ЧЕМ В 88 СТРАНАХ

1 300 000 000  
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ YOUTUBE

3,25 МИЛЛИАРДА - ОБЩЕЕ  
К-ВО ЧАСОВ ПРОСМОТРОВ ВИДЕО  
НА YOUTUBE КАЖДЫЙ МЕСЯЦ

YouTube получает более 30 млн посетителей в день. В среднем 8 из 10 18–49-летних людей смотрят YouTube. К 2025 году половина зрителей в возрасте до 32 лет откажется от услуги платного телевидения. 6 из 10 человек предпочитают онлайн-видео платформы для просмотра ТВ. Общее количество часов просмотра видео на YouTube каждый месяц – 3,25 млрд.

Компания YouTube была основана в феврале 2005 года тремя бывшими работниками компании PayPal в Сан-Бруно, Калифорния. Для создания знаменитого сервиса они применили технологию Flash Video (flv), которая предоставляет относительно хорошее качество записи при небольшом объеме передаваемых данных.

Самое первое видео на сервисе было размещено в апреле



2005 года – 20-секундный ролик любительской съемки Джа-веда Карима в зоопарке Сан-Диего.

Сначала проект играл развлекательную роль, но затем постепенно сформировал свое сообщество и вскоре опередил по популярности социальную сеть MySpace.com.

Осенью 2006 года YouTube купила компания Google по цене 1,65 млрд долларов. До покупки YouTube у Google был похожий сервис – Google Видео, он не закрыт и по сей день. В его поиск включен и YouTube. Первоначально сервис был для Google убыточен, вплоть до 2007 года, но затем стали включать в видео рекламу и ситуация улучшилась.

Русскую версию портала YouTube запустили 14 ноября 2007 года по адресу <http://ru.youtube.com> – она открылась клипом Петра Налича на песню Guitar.

Видеоматериалы распространяются следующим образом: на сайте YouTube.com пользователи могут загружать видео в нескольких распространенных форматах (включая mpeg и .avi), после чего сервис автоматически конвертирует их во Flash Video (.mp4) с использованием кодеков и делает доступными для онлайн-просмотра.

Вне сайта YouTube.com каждое видео сопровождается готовой HTML-разметкой для вставки видео на другие веб-страницы.

Простая техника сделала распространение видео с YouTube мегапопулярным среди блогеров и пользователей социальных сетей, потому что ссылка на видео может быть



внедрена в HTML-код любой веб-страницы.

YouTube дает новый импульс для развития рынка мобильных устройств и приложений. Смартфоны и планшеты – огромное пространство для экспериментов с видео.

Правила YouTube запрещают закладывать на сайт видео, содержание которого нарушает американский закон об авторском праве. В таких случаях сотрудники сервиса убирают звук, а потом удаляют незаконно загруженный контент. Тем не менее, на сервис все равно без разрешения правообладателя закладывают много видеороликов, которые защищены авторским правом. При этом сотрудники YouTube могут заметить это только после того, как пользователи или правообладатели сервиса сами напишут им об этом.



# Жажда зрелищ – ключ к успеху: звезды YouTube

*Новый год прошел хорошо, если с утра на улице тебя зовут «Чувак с ютуба».*

*Интернет-юмор*

Чтобы стать звездой YouTube, важно, с одной стороны, грамотно настроить и продвигать свой канал, а с другой, изначально понимать, в чем ваша главная фишка. Перефразируя Козьму Пруткова, можно сказать: «Если у тебя есть фонтан, включи его!». Имеется в виду фонтан креативности и оригинальности, конечно.

Рассмотрим самые яркие зарубежные и российские истории успеха на YouTube. Прежде всего, это, конечно, истории взлета талантливых и/или эпатажных музыкантов.



# Музыка для миллионов

Десятилетняя американка Джеки Иванко (Jakie Evancho), очаровательная красотка а-ля Барби, благодаря YouTube моментально прославилась. Джеки принимала участие в конкурсе «Америка ищет таланты», для которого нужно было выложить ролик на YouTube. Это видео набрало миллионы просмотров еще до победы уникальной девочки в конкурсе вокалистов. Джеки, обладающая удивительным оперным меццо-сопрано, покорила публику всего мира. Не меньше вокальных способностей юного дарования зрителей поразили ее артистизм.

Молодой смазливый певец, по которому сохнут девочки-подростки, Джастин Бибер, тоже начинал свою карьеру на YouTube. Мать будущей звезды регулярно размещала в сети ролики сына. Постепенно его канал стал популярным, а через семь месяцев после появления в сети первого ролика Джастина заметил продюсер из So So Def Recordings и пригласил к себе. Через год был заключен контракт, и вскоре молодой певец стал востребованным не только в Интернете, но и в качестве регулярно концертирующей звезды. У него уже несколько альбомов и более десятка синглов, известных по всему миру. До недавнего времени его ролики, набиравшие около 900 млн просмотров, лидировали на YouTube.

Но не всегда звездами YouTube становятся юные создания



с гламурной внешностью. Шотландская певица Сюзан Бойл – героиня Интернета – доказала, что мечтать и реализовывать свои мечты никогда не поздно, и не столь важно, как вы при этом выглядите. В 2009 года домохозяйка-пенсионерка «простушка Сью», отнюдь не блистающая красотой, произвела фурор на шоу «Britain's Got Talent». Сначала ее рассказ о мечте стать популярной певицей рассмешил зал, но вскоре зрители и жюри были в шоке от ее потрясающего вокала и проникновенного исполнения песни «I Dreamed a Dream» из мюзикла «Отверженные». Этот ролик был выложен на YouTube и заработал сразу более 4 млн просмотров, а к середине 2013 года у него было уже более 138 млн просмотров. Сюзан мгновенно завоевала мировую популярность, хотя в конкурсе заняла лишь второе место и даже попала в больницу после нервного срыва. Альбом Сюзан «The Gift» 2010 года возглавил чарты по обе стороны Атлантики: сначала в Англии, затем в США (где продано 1,8 млн его копий), и был номинирован на премию Грэмми. Университет Queen Margaret University (Эдинбург) 7 июля 2012 года присвоил Сюзан Бойл почетную докторскую степень за вклад в развитие творческой индустрии.

Лин Ю Чун – еще один феномен, демонстрирующий контраст между «негламурной» внешностью и мощным вокалом; 24-летний певец из Тайваня выступил на шоу «Super Star Avenue» с песней «I will always love you» и буквально взорвал Интернет. Его сразу окрестили тайваньским анало-



гом Сьюзан Бойл. В 2010 году он заключил контракт с Sony Music и выпустил дебютный альбом. Лин Ю Чун также блестяще выступил на финальном шоу телепрограммы «Америка ищет таланты», члены жюри которого устроили ему искреннюю овацию.

YouTube помогает покорять вершины хит-парадов многим музыкантам. Например, в 2007 году 17-летний рэпер Soulja Boy выложил ролик с песней Crank That на YouTube. Через два месяца он достиг пика популярности, о котором многим другим исполнителям остается только мечтать, он стал самым молодым лидером в истории официального хит-парада США Billboard Hot 100.

Популярный видеохостинг – это не только инструмент продвижения артистов, но еще и своего рода продюсерская площадка, помогающая творческим коллективам обновлять свой состав. Например, филиппинско-американский певец Арнел Пинеда пытался добиться популярности еще в 80-е годы. Он был «широко известен в узких кругах» своих поклонников. Но заметили его только в 2007 году благодаря роликам, выложенным одним из его фанатов на YouTube. На видео филиппинский рок-герой со своей группой The Zoo исполнял песни американской группы Journey. Совпадение это или знак судьбы, но как раз в этот момент группа нуждалась в новом вокалисте. Всемирная паутина помогла Арнелу сменить филиппинские бары на американские престижные площадки – он стал солистом Journey. В декабре 2008 года



их совместный альбом стал платиновым.

Пример всемирного успеха, когда слушателей цепляет не мощь вокала, а примитивный мотив и забавное видео, – это феноменальный взлет южнокорейского хип-хоп исполнителя с лаконичным псевдонимом PSY – Псай (настоящее имя – Пак Чэ Сан). Прозвище PSY образовано от английского слова «psycho» (псих, сумасшедший). Звездный поп-певец в интервью для BBC так объяснил выбор ника: «Я без ума от музыки и танцев, поэтому я такой псих». «Сумасшедший» кореец мгновенно покориł сердца пользователей YouTube своими зажигательными танцами, изображая скачки на виртуальной лошади. Его веселое видео «Gangnam Style» (стиль самого модного района Сеула) к декабрю 2012 года посмотрели 1 млрд человек по всему миру. Незатейливая композиция вошла в книгу рекордов Гиннеса как самое понравившееся видео в истории сервиса YouTube. Среди поклонников Псая такие звезды, как Бритни Спирс, Кэти Перри, Том Круз, Робби Уильямс и многие другие. «Gangnam Style» получила множество всевозможных премий и наград, а социальные сети постоянно пополняются все новыми и новыми «самопальными» видеороликами с пародиями на эту песню.

В начале сентября 2012 года PSY подписал контракт с американским лейблом Island Records, который будет продюсировать его концерты по всему миру, кроме Южной Кореи; 31 декабря 2012 года он выступил в новогоднем концерте перед живой аудиторией более 1 млн человек на Таймс-



сквер в Нью-Йорке; 13 апреля 2013 года опубликовал на YouTube новый клип «Gentleman», который набрал около 192 млн просмотров за первую неделю. PSY является первым в мире исполнителем, песня которого «Gangnam Style» на платформе iTunes лидирует в 31 стране мира.

Давайте посмотрим, каковы успехи на YouTube российских исполнителей (а также представителей бывшего Советского Союза). Начать, конечно, логичнее всего с истории раскрутки российско-боснийского тенора Петра Налича, который называет свой стиль «Веселые бабури». Сам певец так рассказывает о своем восхождении на музыкальный Олимп: «Благодаря Интернету и одному популярному видеохостингу я достиг мировой славы. В принципе у нас другого пути, кроме как раскручиваться через Сеть, и не было. Никто не предлагал радио, телевидение или обзавестись продюсером. Интернет для нас был наиболее доступным и в нашем случае единственным путем для раскрутки».

Легендарная песня Петра Налича «Guitar», набравшая за месяц свыше 100 тыс. просмотров на YouTube, принесла автору широкую славу, хотя клип был любительским: «Снимали у меня на даче, по Щелковскому шоссе. Мы просто тусовались, веселились. У нас там стояла убитая “копейка” друга моего брата, которую он никак не мог забрать. Все уже злились, что она стоит на участке. Ну и решили ее употребить, раз уж она здесь. Набились в нее все... ну, а дальше вы знаете». Видеоклип на песню «Гитар» вошел в топ-20 самых



просматриваемых российских клипов на YouTube в ноябре 2007 года Российские СМИ признали эту песню лучшей в Рунете в 2007 году. Петр Налич также стал пионером российской музыкальной индустрии, выложив в Интернете альбом «Радость простых мелодий» с использованием системы Pay What You Want («Заплати, сколько хочешь»).

Налич представлял Россию на конкурсе «Евровидение-2010». А затем стал экспериментировать с оперным репертуаром. Теперь он часто дает концерты, на которых исполняет арии и романсы. А также принимает участие в спектаклях театра-студии оперы РАМ имени Гнесиных. Спел партии Рудольфа в опере «Богема» Дж. Пуччини и Ленского в спектакле по опере П.И. Чайковского «Евгений Онегин».

Коллектив Налича выпустил уже четыре альбома: второй – «Веселые Бабури» (2010), третий – «Золотая рыбка» (2012), четвертый – «Песни о любви и родине» (2013). Четвертый альбом записан в сопровождении оркестра Ю. Башмета «Новая Россия».

Валентин Стрыкало – псевдоним украинского исполнителя, который завоевал популярность благодаря своему ироничному стилю и видеосервису YouTube. Юрий Каплан из Запорожья придумал необычный образ, сочинил прикольные песни и выложил на YouTube несколько роликов в 2008 году. Первая песня была обращением к Вячеславу Малежику («Мент поганый, или Я люблю тебя, Анжела»). Это видео было снято под впечатлением от похожего ролика студии



My Duck's Vision, в котором Сэм Никель, один из актеров студии, также обращался к Малежику. Затем появились обращения к Тимати и Диме Билану, Потапу и Насте Каменских, группе «Чай вдвоем», певице МакSим, Тимбалэнду, Сергею Звереву. Откровенный стеб и забавная манера исполнения понравились публике настолько, что бренд Валентина Стрыкало стал понастоящему популярным. В 2012 году вышел его дебютный альбом, на телевидении появляются его новые клипы и передачи с его участием, он активно выступает с концертами. Юрий Капкан выступал на радио «Маяк» и «Серебряном дожде», на «НТВ», «Рен-ТВ», «MTV», «M1», «А-One», в программах 1-го канала «Большая разница в Одессе» и «Пусть говорят». Журнал «GQ» назвал его «новым Брайаном Адамсом», «Русский пионер» сделал героем одного из номеров как «главного певца поколения Web 2.0», а в июле 2010 года журнал «Forbes» включил Валентина в первую тройку артистов, прославившихся в Интернете.

На сегодня количество просмотров ролика с обращением к Диме Билану превысило 1,5 млн, а с обращением к Тимати – 1 млн. Общее количество просмотров обращений Стрыкало к звездам эстрады на YouTube превысило 5 млн.

В 2012 году вышел дебютный альбом группы «Валентин Стрыкало» – «Смирись и расслабься!», а в 2013-м – второй альбом «Часть чего-то большего». «Валентин Стрыкало» выступают с гастрольями на территории СНГ: группа дала уже более сотни концертов в Москве, Санкт-Петербурге,



Харькове, Киеве, Минске, Донецке и других городах.

Наргиз Закирова – новая героиня российского шоу-бизнеса, племянница основателя популярной узбекской группы «Ялла», моментально ставшая лидером телепроекта «Голос» на 1-м канале в сезоне 2013 года. Бритоголовая татуированная рок-певица (прожившая в Нью-Йорке около 20 лет) покорила жюри и публику шокирующим имиджем, необычайно мощным вокалом, энергетикой, сбивающей с ног, и широтой творческого диапазона. Ей блестяще удаются и лирические монологи ранней Пугачевой («Женщина, которая поет»), и рок-баллады («Steell loving you»), и хриплый депрессивный надрыв в духе Курта Кобейна. Ее видеоролик «Steel loving you» на YouTube (самое первое выступление в проекте «Голос» вслепую, которое заставило повернуться всех четверых членов жюри) посмотрели более 4 млн 212 тыс. человек. Другие ее ролики получают сотни тысяч просмотров. Она выступает с концертами в Москве и Санкт-Петербурге, собирая аншлаги.



# **Забавные животные и милые детишки**

Предположим, музыкальная карьера вас не прельщает, поскольку медведь на ухо наступил, а стеб в духе Псая или Стрыкало – совсем не ваш стиль. Если все-таки мечты о славе на YouTube греют вашу душу, есть немало других отличных вариантов. Во всем мире вызывают умиление и добрые улыбки ролики, в которых показаны забавные животные или очаровательные детишки.

Например, очень быстро стал популярным канал Talking animals. Его создатель сначала выложил ролик, где «беседует» с голодной овчаркой и дразнит ее описаниями вкусных блюд, а она ему «отвечает» («Ultimate Dog Tease»). Это видео за два года просмотрели более 149 млн человек. Кроме собак, на этом канале множество забавных «говорящих» кошек, морских свинок и даже попугаев. Животные не только вступают в диалог с создателем роликов, но еще и «поют» рождественские песни. У канала на сегодня 872 466 подписчиков.

Также на YouTube есть множество каналов, посвященных отдельно кошачьим приколам; очень популярны подборки, где собраны ролики про домашних и диких животных. Если у вас есть забавные домашние питомцы, можете смело снимать видео с ними, выкладывать в сеть и собирать тысячи



просмотров.

Детские видео – тоже благодатная тема. Например, есть очень популярный ролик с говорящими близнецами «Talking Twin Babies». Малыши ведут забавный диалог на своем языке, бурно жестикулируя и выражая эмоции.

Видео снято на любительскую камеру, без обработки. Канал называется Jayrandell 22011, там есть ссылка на сайт: <http://www.twinmamarama.com/> (где много забавных фото близнецов и постов про их поездки и ежедневные семейные радости). Первый ролик «твин-мамы» получил 15 млн просмотров, а второй посмотрели более 89 млн человек. Сейчас на этот канал подписаны более 31 тыс. человек.

Есть каналы про малышей типа KarapuzikTV, в роликах на котором дети играют или спят вместе с животными. На канале MegaPrikolful тоже можно найти подборку видео про смешных младенцев, один из которых залез в пустой арбуз, второй купается в ведре, третьего мама засунула в кухонную мойку, еще один пытается отнять сухой корм у собаки. Прекрасная идея для славы на YouTube – маленькие дети, которые делают что-то забавное, поскольку таких приколов можно найти много. Есть свои дети – снимайте их, еще не обзавелись потомством – снимайте малышей близких родственников, друзей либо ловите забавные моменты на детских площадках.



# Приколы повсюду

Пожалуй, самый популярный «юморист» YouTube – ведущий программы «+100500» Максим Голополосов. Он москвич, по образованию учитель английского языка, ранее учился на повара, работал курьером и играл в группе «2ND Season», музыка которой является саундтреком к его шоу «+100500» (произносится «плюс сто пятьсот») – популярному еженедельному развлекательному интернет-шоу. Первый выпуск передачи появился на YouTube 29 августа 2010 года. Это шоу без цензуры, где ведущий показывает народное видео без купюр (3-4 смешных ролика) и очень жестко, со сленговыми словечками и матом, высмеивает каждый ролик. Интернет-шоу было названо по интернет-мему «+100500», который означает энергичное согласие с высказыванием другого участника на форуме или в блоге.

В основе этого проекта – американский аналог. Летом 2010 года Максим Голополосов смотрел шоу Рэя Уильяма Джонсона «=3» («Equals Three») и вдохновился на создание собственного юмористического интернет-шоу. Поделившись этой идеей с другом, он встретил горячую поддержку. Первые выпуски снимались на видеокамеру, взятую у соседа напрокат. В качестве штатива он использовал книги, поставленные на принтер, а для освещения – два обычных светильника. Особая фишка – леопардовое покрывало, на фо-



не которого идет съемка. Зрители уже воспринимают его как особый элемент самоиронии создателей проекта.

Проект сегодня существует также и в телеформате. С октября 2011 года шоу «+100500» выходит на «Перце». В телеварианте передача длится 20 минут: это микс интернет-выпусков и эксклюзивных съемок для ТВ. На телевидении «+100500» появилось с цензурой: ненормативная лексика «запикивалась», а когда Максим Голополов произносил ее, у него на губах появлялась «черная метка» с логотипом сайта CarambaTV.ru. С сентября 2012 года на «Перце» «+100500» выходит без мата.

На начало ноября 2012 года количество просмотров на каждый выпуск шоу «+100500» колеблется от двух до девяти млн. Общее количество просмотров видеоканала AdamThomasMoran превышает 650 млн (на самом канале указано гораздо меньшее число из-за прошлого удаления роликов и сброса значений). Количество подписчиков на канал AdamThomasMoran – более 1,37 млн человек. Группа «+100500» «ВКонтакте» насчитывает более 2,4 млн подписчиков. Канал занимает 3-е место по количеству просмотров среди всех русскоязычных каналов и 1-е место по количеству просмотров в категории «Юмористы».

Максим Голополов вместе с Михаилом Орловым получили «Премия Рунета-2011» в номинации «Стар тап года» за создание компании Caramba Media и сайта CarambaTV.ru. Максим Голополов отказался от участия в конкурсе «Ге-



рой Рунета-2011», несмотря на то, что был на первом месте в голосовании. Также Максим получил орден «Большой разницы». В новогоднем выпуске программы показали пародию на шоу «+100500». В ней актер Дмитрий Малащенко на фоне леопардового ковра делал обзоры на ролики, которые породили Интернет-мемы.



# Монетизируй ЭТО!

Если вы уже выбрали свою нишу на YouTube, самое время подумать о монетизации своих видеошедевров. Самый популярный видеохостинг в мире позволяет пользователям не только бесплатно размещать видеофайлы, но и получать доходы, особенно это доступно наиболее талантливым режисерам-самоучкам.

Согласно данным авторитетного ресурса Business Insider и аналитической компании TubeMogul десять известнейших пользователей YouTube только за прошлый год заработали более 1 млн долларов. Компания TubeMogul, которая, кроме сетевой аналитики, занимается еще и распространением контента, учитывала показатели исключительно тех пользователей, которые ничем не связаны с сервисом YouTube или самим брендом, принадлежащим Google.

Исследования показывают, что рекламодатели охотно платят за то, чтобы разместить свои баннеры на страницах с видеороликами самых известных режиссеров YouTube. Плата за один баннер – 1,5 доллара. Стоимость баннера напрямую зависит от количества просмотров видеороликов. YouTube делит количество просмотров на тысячу и выводит коэффициент популярности. Сам владелец видеофайла получает только половину выручки от рекламы, 50 % оставляет себе YouTube как посредник между рекламодателем и ре-



жиссером. Самый большой успех авторам принесли видеоролики на темы юмора и поп-культуры.

Рекордный доход благодаря YouTube получает Шейн Досон (Shane Dawson). Он уже успел заработать 315 тыс. Популярный комедийный актер – владелец трех каналов на YouTube. Лишь один цикл видеороликов под названием «Ноющий Апельсин» (Annoying Orange), в котором показаны говорящие фрукты, принес своим авторам 288 тыс. долларов Филип де Франко (Philip DeFranco), еще один человек, прославившийся благодаря YouTube, заработал 181 тыс. долларов Он ведет несколько видеоблогов, освещая вопросы мировой поп-культуры и международной политики. Также популярны на YouTube игры в супергероев. Например, Рай ан Хайга (Ryan Higa) привлек 2,6 млн подписчиков и заработал 151 тыс. долларов (все цифры надо проверять!) благодаря сериям видеоуроков «Как стать гангстером» (How to be Gangster) и «Как стать ниндзя» (How to be Ninja).

Мультки тоже привлекают большую аудиторию. Лукас Круйкшенк (Lucas Cruikshank) является вторым по числу подписчиков пользователем YouTube. Он заработал 146 тыс. долларов в прошлом году благодаря исполнению роли шестилетнего парнишки Фреда. Его канал на YouTube привлек внимание компании Nickelodeon, издателя компьютерных игр для детей младшего возраста. При поддержке этого спонсора Круйкшенк снимает новый проект.

Иан Гекс (Ian Hecox) и Энтони Падилла (Anthony



Padilla) – участники комедийного дуэта Smosh. Парни прославились благодаря популярному видео Pokemon Theme Music, вышедшему в 2006 году. В данный момент они имеют 1,7 млн подписчиков и заработали 113 тыс. долларов.

Данные примеры красноречиво говорят о том, насколько солидно зарабатывают некоторые пользователи сервиса YouTube. Вас это вдохновило? Готовы проявить свои таланты? Пробуйте свои силы в качестве режиссера видео. Придумайте оригинальную идею и творите. И вовсе не обязательно нанимать маститых режиссеров, дорогостоящих сценаристов и именитых актеров, создавать красочные декорации и покупать профессиональное оборудование для видеосъемки.

Если у вас есть интересная задумка, друзья с юмором, которых можно подключить к съемкам, забавные животные или уморительные детишки, цифровой фотоаппарат или просто мобильный телефон со встроенной камерой, доступ к Интернету и немного свободного времени, смелее воплощайте в жизнь свои идеи. Возможно, через год или два именно вы станете героем YouTube.



# Герои хайпа: топовые блогеры YouTube и их доходы

*Хаю хай – с вами Иван Гай!*

*Приветствие топового блогера EeOneGuy*

Какие есть варианты заработка на YouTube? Основной способ получения прибыли – реклама, которая демонстрируется до или во время видеоролика. В среднем, владельцу видеоблога за 1000 просмотров начисляется 0,7–1,5 доллара, что соответствует 48–89 рублям. По статистике, большинство видеоблогеров – владельцев собственных каналов на YouTube, зарабатывают на популярном видеохостинге не более 500 долларов в месяц.

Но если проявить терпение и упорно работать над развитием канала, то доход можно значительно повысить. Блогеры, имеющие более 100 тыс. подписчиков, и такое же количество общих просмотров, отлично зарабатывают. За минимальные 100 тыс. просмотров в день канал будет приносить прибыль от 50 до 150 долларов в день. В месяц доходность такого канал будет варьироваться от 1500 до 4150 долларов. Это от 2977 до 8931 тыс. рублей в день, и от 89,3 тыс. до 268 тыс. рублей в месяц.



# **От чего зависит заработок на YouTube**

Заработок YouTube-блогеров зависит в первую очередь от темы. Самыми прибыльными традиционно считаются бизнес, финансы, строительство, медицина, туризм, сфера моды и красоты. В престижных темах реклама стоит дорого, поэтому создавать контент следует на востребованные темы, на которых можно больше заработать.

Очень важно следить за качеством видео и вести систематическую работу над своим каналом YouTube. Тогда ваши видеоролики будут долго вызывать интерес аудитории, а доходы постоянно расти. Также важны грамотно подобранные ключевые слова для заголовков и описания видео – это поможет пользователям легко их найти, и, со временем, вы сможете превратить их в постоянных подписчиков и зрителей вашего канала. Также старайтесь регулярно обновлять свой канал, это позволит вам больше зарабатывать на YouTube.



# **Какие есть еще способы монетизации YouTube-канала?**

Кроме рекламы от самого YouTube, вы можете получать доход от продажи рекламных ссылок в заставках ваших видео, выходя на рекламодателей напрямую. А также можно подключать партнерские программы или продавать свои товары или услуги.

Конечно, наибольшую прибыль можно получить, если продавать свои товары или услуги. В то время как от контекстной рекламы, самого простого и распространенного способа, вы получаете лишь небольшую часть денег. Зато доход, поступающий от переходов пользователей по контекстным объявлениям, является самым стабильным.

Если вам не хочется продавать свои товары и услуги, то партнерские программы – отличный заработок для YouTube-каналов с узкой тематикой и хорошей посещаемостью. Размер комиссионных с каждой партнерской продажи составляет 40 % и выше.

Заработать можно и на чужих видео – для этого придется найти нужные видеоролики и разместить их на своем канале, и затем точно также замонетизировать их партнерскими программами, контекстной или другой рекламой. Но у этого способа есть ряд недостатков, в том числе на вас могут подать в суд за нарушение авторских прав, и, в любой момент,



сам YouTube может удалить ваши видео и заблокировать канал.

Есть еще и комбинированный заработок – свой блог + YouTube-канал. Такой «дуэт» позволяет увеличить количество трафика и создать дополнительные возможности для заработка.



# ТОП-5 российских блогеров

Среди российских блогеров сегодня лидируют молодые и дерзкие. Они набирают миллионы просмотров, играя в видеоигры, выступая в жанре StandUp и снимая ролики о макияже или смешные скетчи.

Первое место в топ-100 русского YouTube занимает **«ЕеOneGuy»** (Иван Гай) – канал 21-летнего видеоблогера Ивана Рудского, который родился в Днепропетровске. Он смог своими забавными роликами собрать более 11,8 млн подписчиков и заработал на переезд в Лос-Анджелес! На его канале, можно найти самые разнообразные lifestyle-ролики – прохождение игр, приколы, истории из жизни молодого парня. Еще он поет и делает что-то на спор. По некоторым оценкам, годовой доход Ивана от ведения канала составляет более 300 тыс. долларов (порядка 18 миллионов рублей). По данным СМИ, основная аудитория канала – девочки подросткового возраста. Самый популярный ролик: #Делайпо-своему – 30,5 млн просмотров. Его цитата: «Хая хай, с вами Иван Гай!»

**Шоу «Макс +100500»** с ведущим Максимом Голополовым (AdamThomasMoran) набрало более 8,3 млн подписчиков. Это пятое место среди русскоязычных каналов



YouTube. Макс – настоящий «динозавр» YouTube. Он один из первых в России начал делать видеообзоры. Уже много лет (с 2010 года) раз в неделю Макс делает подборки самых смешных, нелепых и интересных видео. Его шоу – русская версия шоу Рэя Уильяма Джонсона «Equals Three» («=3»). Уже спустя несколько месяцев после первого выпуска к Макс-у пришла популярность.

Годовая прибыль от блога составляет более 250 тыс. долларов (порядка 15 млн рублей). У Макса также есть личный канал «MoranDays» (1,1 млн подписчиков), где он в основном рассказывает про путешествия.

Шоу снимается на фоне леопардового пледа. Это – единственное, что подвернулось под руку Макс-у и его друзьям при создании первых роликов, – в итоге стало фирменной фишкой программы. Макс показывает разные видеоролики, после чего сдабривает их своими ироничными комментариями. В выпусках много мата.

Самый популярный из его роликов под названием «Лох!!! (человек нетрадиционной сексуальной ориентации)» вышел 6 лет назад, его посмотрели более 12 млн человек.

**Юрий Морозилка с ником Frost** набрал 6,6 млн подписчиков, которым уготовано бесчисленное количество летсплеев на различные игры, сопровождаемые достаточно остроумным юмором Юрия. Средний годовой доход от ведения канала – 140 тыс. долларов (8,3 млн рублей).



**Стас Давыдов** со своим шоу «This is Хорошо» набрал порядка 5,9 млн подписчиков. Его сюжеты посвящены обзору смешных видео, найденных в Интернете. По примерным подсчетам, годовой доход от канала приносит примерно 150 тыс. долларов (8,9 млн рублей). Еще один вариант дохода этого блогера – продажа сувенирной продукции с логотипом блога. У него под каждым видео есть ссылка на «Майки This Is Хорошо».

**Фэшн-блог TheKateClapp**, который ведет Екатерина Романова (девичья фамилия Трофимова) собрал уже более 5,6 млн подписчиков. Это «бабушка» русского YouTube. Первый свой канал «FoggyDisaster» завела еще в 2008 году. На нем Катя выкладывает комедийные скетчи, музыкальные пародии на звезд шоу-бизнеса, обзоры фильмов и книг.

Второй канал на YouTube «TheKateClapp» у нее появился в 2010 году. Здесь Клэп делится со своими подписчиками роликами о путешествиях, будничной жизни, косметике, еде, котиках и «девчачьих проблемках» (как бороться с прыщами и строить любовь с парнем), а также отвечает на вопросы.

Больше всего подписчики Кати любят ее скетч-шоу «Вызов принят». Суть шоу в том, что Клэп выполняет просьбы своих подписчиков (иногда ну очень странные). Например, Катя Клэп перед камерой может съесть несколько жгу-



чих перчиков или парочку лимонов, нанести макияж без зеркала или завернуться в ковер.

Определить точно доходы бьюти-блогера сложно, так как дополнительно к доходам от «ссылочной» рекламы они получают прибыль от рекламы косметики и одежды, которые обозревает на своих каналах. Катя Клэп в год получает порядка 100 тыс. долларов в год (более 5,9 млн рублей).

Цитата: «Оставайтесь такими же позитивными и креативными, всего вам светлого!».

**23-летний Николай Соболев** – магистрант Санкт-Петербургского Политехнического университета, один из авторов и основателей пранк-проекта «Rakamakafo Pranks», а также ведущий канала «SOBOLEV» («Жизнь YouTube»).

«Rakamakafo» – это совместный проект Николая Соболева и его друга Гурама Нармании, созданный в марте 2014 года. Его цель – проведение социальных экспериментов на улицах Санкт-Петербурга, которые блогеры снимают на скрытую камеру. Гурам и Николай призывают людей быть более человечными и проявлять внимание к ближним.

«SOBOLEV» – этот авторский блог был создан Соболевым в октябре 2015 года. На этом канале Николай Соболев снимает 15-минутные ролики-новости о важных событиях в мире YouTube. Кроме того, Николай Соболев написал книгу «YouTube: Путь к успеху».

Число подписчиков: «Rakamakafo» – 2,8 млн,



«SOBOLEV» – 2,9 млн человек.

Чем прославился: Николай Соболев – всегда на хайпе. Большую часть своих подписчиков – 1,5 млн человек – он заполучил после того, как снял целых пять роликов о Диане Шурыгиной.

Также Николай Соболев отличился своими конфликтами с персонажами из YouTube: Афоней, Лариным и Ивангаем. Николай Соболев вместе со своим другом и партнером стали лауреатами «ТОП 50» самых знаменитых людей Петербурга 2015 года.

По данным WhatStats, канал Rakamakafo приносит 2900–3700 долларов в месяц и если разделить эту сумму на два, то получается, что Николай зарабатывает 1450–1850 долларов в месяц. Канал «Жизнь YouTube», по данным SocialBlade, приносит примерно 2500 долларов в месяц. Получается, что Николай зарабатывает от 3900 до 5050 долларов и это только с партнерки. Он также сотрудничает с прямыми рекламодателями, появляется на фестивалях, по этому, скорее всего, его заработок намного выше.

Самый популярный ролик на канале «Rakamakafo» – ролик «Драка с девушкой» (11 млн просмотров). В авторском блоге «SOBOLEV» – ролик про «Синих китов» (9 млн). Цитата: «Мой секрет – я просто непрошибаемо верю в себя, и еще никто и никогда не смог мне доказать, что я чего-то не могу. Я – Николай Соболев. И я могу все!».

Проект «Rakamakafo» несет социальную пользу. В мае



2016 года Николай и Гурам организовали благотворительный сбор денег: за несколько месяцев было собрано почти 2 млн рублей детям в детские дома.



# Зарубежный YouTube-миллионер

Конечно, доходы зарубежных YouTube-блогеров выше российских в разы. В 2015 году шведская газета Expressen подсчитала доход Феликса Чельберга и его компании PewDiePie Productions AB по финансовым документам. Сумма получилась солидной – за один только 2014 год PewDiePie заработал 63 млн шведских крон (это около 7,5 млн долларов).

PewDiePie знаменит своими обзорами игр, а также юмористическими скетчами, благодаря которым он сотрудничает с крупными YouTube-каналами.

Он создал свой канал в декабре 2009 года и тогда же подписал контракт с крупной компанией видеоконтента Maker Studios, которая сейчас принадлежит Disney. На данный момент он имеет 37 млн подписчиков и зарабатывает на рекламе около от 6 до 7,5 млн долларов в год.

Для сравнения: в 2012 году доход Чельберга составлял 7,2 млн шведских крон (~900 тыс. долларов), а в 2013 – 29,6 млн (~3,5 млн долларов). В одном из своих интервью он сказал, что создает видео для поощрения разработчиков веселых и интересных игр, которые увлекают зрителей.



# Вирусный эффект видео на YouTube

*Реклама – первая в истории система господства над человеком, против которой бессильна даже свобода.*

*Фредерик Бегбедер*

Реклама все теснее интегрируется с Интернет-проектами. Сейчас раскрутка любого бренда немыслима без привлечения возможностей YouTube. Особенно популярно вирусное видео – ролики, которые люди сами друг другу передают, активно комментируют, дают на них ссылки друзьям в соцсетях. Такие ролики быстро охватывают большую аудиторию. Это не требует дополнительных затрат на раскрутку. Получается, сама рекламная компания порождает еще больший поток людей, которые активно на нее откликаются.

Возьмем как пример компанию Coca Cola, которая вкладывает деньги не только в контекстную рекламу, в SEO-маркетинг, но также и в YouTube-рекламу. Почему? Потому что очень легко можно взять и сделать антирекламу продукта на этом портале. Любой при желании может снять ролик о том, что кто-то, допустим, отравился кока-колой. Такой ролик вылезет на 1-ю страницу по запросу Coca Cola, и это будет антиреклама, негативное отражение бренда.



В то же время естественным образом распространяются вирусные ролики. Например, видео «Ментос и кока-кола» в свое время взорвало Интернет. Тысячи людей по всему миру брали бутылку колы, кидали туда ментос и потом радостно мыли стол и всю квартиру после взрыва. Это дало всплеск рекламы, и, что самое главное, это было вирусным видео.

Рекламный видеоролик «The Force: Volkswagen Commercial» набрал более 58 млн просмотров. Неудивительно: лучший способ привлечь внимание аудитории – предложить ей что-то интересное. Volkswagen представил в своем ролике The Force малютку Дарта Вейдера. Ребенок надел костюм супергероя и пытается проверить свою силу. Отец, незаметно нажимая на кнопки брелка нового автомобиля, помогает сыну поверить в свое могущество. Еще один пример из автобизнеса – ролик Chrysler под названием «Imported From Detroit», главным героем которого стал Эминем, набрал более 14 млн просмотров. Более 12 млн просмотров собрали ролики компании Toyota, которая сделала главными персонажами своей хип-хоп-кампании Swagger Wagon («Понтовый фургон») вымышленных родителей, сталкивающихся со вполне обыденными современными проблемами. Эти ролики близки многим родителям, которые хотят радоваться жизни, несмотря на разные бытовые неурядицы.

Также помогает в продвижении видео элемент интерактивности. Один из самых больших плюсов Сети заклю-



чается в том, что зачастую зрители не просто пассивно смотрят видеоконтент, но и могут взаимодействовать с ним благодаря современным технологиям. Замечательный пример интерактива – рекламная кампания «Кунг-фу панды-2» (Dreamworks). Для продвижения мультфильма была разработана YouTube-реклама, позволяющая зрителям своими руками «раскромсать» видеоролик. Подобную фишку использовало в 2008 году агентство Goodby Silverstein для продвижения Nintendo Wii Wario Land. Технологии, позволяющие воплощать подобные творческие решения, с каждым днем становятся все более совершенными.

Парфюмеры тоже стараются создать вирусное видео, и удачных примеров в этой индустрии немало. Мем The Man Your Man Could Smell Like («Мужчина, который пахнет так, как мог бы пахнуть ваш мужчина»), запущенный Old Spice, уже успел стать легендой. Мускулистый симпатичный афроамериканец оказывается то на яхте, то верхом на белом коне, произнося магические фразы: «Вам будет доступно все, что хотите: путешествия, бриллианты, если ваш мужчина пахнет так, как пахнет Old Spice». Этот ролик посмотрели более 47 млн человек, он породил миллионы ответных любительских видеороликов. Конечно, сложно повторить успех Old Spice, эта кампания остается ярким примером того, как бренд может эффективно использовать пользовательское сообщество для распространения своего видеоконтента. Добиться похожих результатов можно, сотрудничая со звезда-



ми, или, как их называют, с партнерами YouTube, у которых имеются миллионы, а и иногда и десятки миллионов поклонников.

Есть и российские примеры вирусного видео. Допустим, ролик компании «Иностранные языки в Балашихе». Сидит девушка на лавочке, пьет какой-то алкоголь, к ней подъезжает мужчина на иномарке и на французском языке говорит (внизу идут субтитры на русском):

*– Я – миллионер. Выходи за меня замуж, поедem в Монако.*

*А она отвечает:*

*– Чего, б...?*

*Голос за кадром: «Хочешь уехать из Балашихи – учи иностранные языки!» И дальше идет следующий кадр – этот мужчина читает газету, а девушка убирает газету и говорит ему: «Бонжур, епта».*

Этот ролик уже вызвал вирусную акцию, его посмотрели более 240 тыс. человек. При минимальном вложении – себестоимость такого ролика около 10 тыс. рублей – на выходе целый взрыв рекламы.

Я считаю, что не всегда надо стремиться к созданию вирусного видео. Я учу в своих тренингах и в этой книге создавать такое видео, которое направлено на вашу целевую аудиторию (ЦА). Просчитать будущий вирусный эффект от видео очень сложно, для этого нужны подробная аналитика и изучение вашего рынка. А создать качественный контент, интересный для вашей аудитории, вполне реально. Гораздо



проще и эффективнее, чем вирусное видео, снять ряд хороших роликов под вашу ЦА, где будет рассказано о вашем товаре или услуге. Важно не просто рассказывать нечто интересное, а давать полезные советы. Скажем, ваша ниша – личностный рост. Тогда на первом уроке вы даете советы о том, что надо вставать рано и делать особый йоговский комплекс на рассвете. На втором – советы по питанию. На третьем – по тайм-менеджменту и так далее. А в пятом ролике вы даете очередной совет и добавляете возможность приобрести ваш курс на данную тему. Если вы это сделаете, то ваши первые 5 роликов увидят лишь друзья в социальных сетях. А если вы раскрутите эти ролики под ключевые слова, то их увидят сотни и даже тысячи людей. Тысячи просмотров вашего ролика целевой аудиторией – это намного лучше, чем миллионы людей, которые далеки от вашей ЦА.



# 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.