

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

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 CNBC 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 десяток років тому її історія здавалася б божевіллям, але тепер такі випадки аж ніяк не рідкість.

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

Adweek.com 2012 року писав, що тисячі осіб отримують зі своїх каналів на YouTube шестизначні суми — і це лише завдяки рекламі. А YouTube Creator Blog нещодавно заявив, що каналів із доходами понад шестизначні щороку більшає 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 маркетингу, 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 Вітале — 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 декого 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 самотійно 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* 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 доволі таки вдалий час познайомитися з YouTube. Не відкладайте на потім.

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

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 Research 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? Статистика показує, що 55% людей щодня переглядають відео в інтернеті. А портал Small Business Trends 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 дані 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 Войчицькі 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 років, існувало лише п'ять каналів із мільйоном підписок. А сьогодні їх тисячі. І їхня кількість невпинно зростає. За даними Think with Google, 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 досвіду на платформі на двох і понад сотні інтерв'ю, які ми взяли в успішних ютуберів з абсолютно різних куточків YouTube.

Чого чекати

То який маршрут у нашої подорожі? У першій частині книги ми хочемо поділитися з вами 7-етапною стратегією, яку успішно застосовуємо ще з 2008 року. Усі наші поради будуть практичними і не виходитимуть за рамки можливостей і кваліфікації середньостатистичної людини. З часом усе змінюється, а от наша базова 7-етапна схема успіху на YouTube лишається незмінною.

Одна з найбільших помилок у спробах стати інфлюенсером — зацикленість на короткострокових тактиках, які не в'яжуться з послідовною стратегією. Тому в другій частині ми поговоримо про конкретні тактики і секретні лайфхаки, які працюють на вашу впливовість на YouTube.

І нарешті, у додатку ми перерахуємо одні з ліпших ресурсів — відео, книги, сайти, інструменти й застосунки — і відповімо на деякі з найпоширеніших запитань про YouTube і відео. Ви дізнаєтеся, коли і як масштабувати бізнес, навіщо розширяти команду, як обрати правильну камеру, що робити з хейтерами і троями, як стати влогером і знімати щодня тощо.

Щоб узяти від книги максимум, радимо прочитати її залпом — просто щоб зрозуміти стратегію від початку й до кінця. А потім, коли почнете розвивати свій канал, повертайтеся до конкретних моментів і вчитуйтеся уважніше. А ще, щоб ви могли копнути навіть глибше, ми додали посилання на відео для подальшого навчання.

Ми переконані, що будь-яка людина за допомогою наших стратегій може підпрацьовувати чи навіть заробляти на YouTube, зібрати аудиторію, розвинути спільноту і створити власний, упізнаваний бренд. Можливо, ви просто хочете

привернути більше уваги до благодійності чи некомерційної організації. А може, намагаєтеся згуртувати спільноту навколо свого хобі. Чи може, мрієте стати фінансово незалежним? Або навіть знаменитістю? Хай там як, ми дамо всі необхідні інструменти, які забезпечать вам більше підписок і доходів.

Ми не беремося обіцяти, що ви станете знаменитим ютубером, але можемо поділитися всіма принципами, якими керувалися на шляху до власного успіху, а також секретами, які дізналися від ліпших авторів YouTube. Наприкінці книги у вас буде вичерпне, але просте керівництво по досягненню успіху. Якщо тільки ви готові докласти достатньо зусиль.

Частина I. СІМ КРОКІВ

У цій частині ми розкажемо вам про всі цеглинки для фундаменту успішного каналу на YouTube.

УСЬОГО ЇХ СІМ:

- СМІЛИВІСТЬ,
- ЯСНІСТЬ,
- КАНАЛ,
- КОНТЕНТ,
- СПІЛЬНОТА,
- ГРОШІ,
- ПОСЛІДОВНІСТЬ.

Ви дізнаєтеся все, починаючи із пошуку натхнення для тематики каналу до найменших нюансів створення і завантаження контенту. В кожному розділі ми розповідатимемо про реальних ютуберів і ділитимемося інтерв'ю з нашого каналу Video Influencers. Так ви зрозумієте, якими ці цеглинки є на практиці, і навчитесь будувати власну історію успіху.

Розділ 1.

СМІЛИВІСТЬ: РОЗБУРХАЙ ПРИСТРАСТЬ І ПОДОЛАЙ СТРАХ

*Бути профі на початку не треба —
треба починати бути профі.
— Зіґ Зіґлар —*

Що заважає людині почати кар'єру YouTube? Загалом страх. Але чого вона боїться? Засудження, хейтерських коментарів і негативу, жодної віддачі після купи витрачених сил.

Найшвидший спосіб подолати страх — просто взяти й почати. Деякі побоювання цілком обґрунтовані. Найімовірніше, негативу й тролінгу не уникнути, тож підготуйте себе морально. Доведеться це перетерпіти: не почати взагалі гірше, ніж провалитися.

Якось Бенджі погодився стрибнути з парашутом, якщо збере певну суму в рамках щорічної благодійної акції Dancember. Раніше Бенджі ніколи не стрибав із парашутом, тож для нього це був ризик. І гроші таки зібрали! Довелося нам разом рушати в Сногоміш, штат Вашингтон, і лізти в маленький гвинтовий літак.

Ми не очікували, що такий крихітний літачок так швидко набере висоту. Щойно ми сягнули потрібної позначки, інструктор відкрив двері, і люди просто почали вивалюватися з літака одне за одним. Ми аж заціпеніли від жаху. Що робити, якщо щось піде не так? Що як парашути не відкриються?

Поки ми стояли, прикуті до місця, інструктор нагадав, що стрибнути інакше не вийде. Або так, або ніяк. Бенджі пішов першим. Проте це не додало Шону ні краплі сміливості. Ба навіть він іще дужче злякався, дивлячись на те, як Бенджі летить униз із літака. Та єдиний спосіб упоратися зі страхом — плигнути за ним.

Стрибок з літака — це страшно. Вас перевертає і крутить увсебіч, але врешті парашут розкривається. І тоді страх зникає. На розкритому парашуті ми зрозуміли, що все буде добре. І, дякувати богу, ми на це наважилися.

Кінець безкоштовного уривку. Щоби читати далі, придбайте, будь ласка, повну версію книги.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.

На жаль, цей розділ недоступний у безкоштовному уривку.