



Андрей Ваняшин



Вся правда про Видеохостинг
или

Секрет успеха



Андрей Ваняшин

**Вся правда про Видеохостинг,
или Секрет успеха**

«Издательские решения»

Ваняшин А.

Вся правда про Видеохостинг, или Секрет успеха / А. Ваняшин —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-533929-4

Книга будет полезна начинающим блогерам. Здесь вы узнаете про актуальные ниши для создания канала, самые распространенные ошибки ютуберов, работающие способы продвижения и многое другое.

ISBN 978-5-00-533929-4

© Ваняшин А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Термины	7
С чего начать	9
Плюсы создания канала	11
Подписчики или просмотры	13
Что нужно для создания канала	14
Способы заработка на канале	15
Правила YouTube	18
Авторское право	20
Картинки и тексты	22
Где брать музыку для видео	23
Делаем выводы	25
13 Полезных сервиса для блогера	26
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Вся правда про Видеохостинг, или Секрет успеха

Андрей Ваняшин

© Андрей Ваняшин, 2021

ISBN 978-5-0053-3929-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Не хотелось начинать книгу с избитого клише, вроде того, что интернет нам дает уникальные возможности. Но этой чистой воды правда. Можно находиться в любом городе, в любой стране и если у вас есть самый минимум: компьютер и выход в интернет, то вы вполне можете зарабатывать хорошие деньги. Даже если вы живете в совсем маленьком городе или деревне. В этом плане интернет уравнивает всех. Мы живем в то время, когда не обязательно куда-то ехать. Ваше рабочее место может находиться прямо в вашей квартире. В интернете существует масса способов заработка. В этой книге пойдет речь о создании своего Youtube канала. В чем здесь заключается суть? Заработок строится на продаже рекламы. У вас есть трафик, есть подписчики, которые регулярно вас смотрят. И этим подписчикам может показываться реклама. К примеру, вам кто-то написал, что хотел бы купить у вас рекламу в начале ролика. Вы изучили что нужно прорекламить. Если вас устраивает тот товар или услуга, договорились по цене, вам оплатили, и вы в свой ролик добавили рекламу. Может быть сейчас непонятно как это делать, но уверяю, это делается легко. И чем больше подписчиков и просмотров – тем больше можно зарабатывать, т.е. дороже продавать рекламу. У вас нет как такого потолка по заработку. Единственно что вас будет ограничивать, это только, наверное, ваша тематика. Потому что если изначально выбрали узкую нишу, скажем нумизматику, то здесь сложно будет набирать миллионы просмотров.

Сейчас развелось много гуру экспертов по любому вопросу, в том числе и по Youtube. Я ни в коем случае не претендую на знание последней инстанции, что правильно именно так и никак иначе. Возможно информация из этой книги будет актуальна в течении полу года, возможно в течении трёх-четырёх лет. Потому что сами алгоритмы Youtube регулярно меняются. Плюс постоянно растет конкуренция, на платформу приходят новые авторы. Поэтому логично, что одни методы продвижения могут устаревать и появляться новые.

В этой книге мне хотелось бы поделиться своим опытом. Если бы я знал раньше, а лучше на старте то что знаю сейчас, то мои результаты были бы гораздо веселей. К примеру, я бы ни за что не выбрал в качестве тематики для канала игру World of Warcraft. Потому что если бы я проанализировал, то увидел бы, что даже на тот момент уже были признаки, что популярность у игры сильно падает. И разумеется падение интереса к игре продолжилось, было очень много признаков, которые я просто игнорировал. Причем даже не нужно было как-то специально анализировать. Многие говорили, что онлайн в игре падает (количество игроков) и это ощущалось. А количество каналов по этой игре наоборот росло. Соответственно конкуренция за зрителя только накалялась.

В книге мы пройдемся по всем аспектам: с чего начать, как выбрать тематику, что такое хорошая и плохая ниша, частые ошибки новичков, способы продвижения, как заработать и многое другое. Чтобы получить от книги максимум пользы рекомендую для себя составлять краткие конспекты, плюс сразу внедрять полученные знания на практике. От того, что вы просто прочитаете – у вас ничего не изменится. Результат появится только если вы начнете активные действия. Итак, давайте начнем!

Термины

В каждом направлении присутствуют свои специфические слова и Youtube не исключение. Здесь мы рассмотрим наиболее популярные термины.

Шапка канала – относится к теме оформления канала. Большая картинка, которая загружается в целях привлечения внимания к каналу, плюс там обычно размещается полезная информация для зрителя. На разных устройствах (телевизор, компьютер, планшет, телефон) шапка может отображаться по-разному. Она располагается чуть выше названия, в самом верху.

Значок (аватарка канала) – круглое изображение, которое так же загружается на канал, с целью привлечь внимание зрителя. Располагается чуть ниже шапки в новой версии, рядом с названием (в старой располагалось прямо в шапке вверху слева). Обратите внимание, когда вы оставляете комментарий под любым видео отображается: название канала и значок. При этом значок достаточно небольшой. Это нужно учитывать при создании подобной картинке.

Превью или *превьюшка*, значок ролика – картинка, которую вы загружаете при настройке ролика. Цель превью заключается в привлечении внимания к ролику, чтобы на него нажал больше зрителей. Если нажмет больше зрителей – соответственно вы получите больше просмотров.

Кликбейт – это чересчур яркая привлекательная картинка, которая сделана с целью максимально привлечь к себе внимание. Но не отражает суть ролика и является обманом пользователя, что также является нарушением правил платформы. Кликбейтным может быть заголовок ролика. К примеру, у вас ролик по компьютерной игре PUBG, а на превью вы ставите красивую девушку. Зрителей привлекает девушка, они открывают ролик, а её в самом ролике нет. Это является обманом и так не стоит делать.

Индексация ролика – это определенный набор действий, цель которых заключается в том, чтобы поисковые системы быстрее смогли обнаружить новый ролик.

Оптимизация – подбор мета данных для ролика или для канала, с целью увеличения количества просмотров. Оптимизация ролика в себя обычно включает: подбор тегов, работа с описанием и названием ролика. Чтобы ролик получал больше органического (естественного) трафика из поиска и похожих видео.

Трафик – количество пользователей. Слово может употребляться при разных ситуациях, но почти всегда подразумевается одно и то же. Может звучать фраза – в этой нише нет много трафика. Это означает, что в какой-то тематике нет большого количества пользователей. И создавать канал по этой тематике не целесообразно.

Seo – комплекс действий, цель которых является получения большего количества просмотров или подписчиков, за счет настройки ролика. Иногда используют более полноценную фразу: seo оптимизация ролика. Т.е. это подбор тегов, оптимизация ролика, целью которой является к примеру получение трафика из поиска. Когда пользователь пишет какой-либо поисковый запрос, и чтобы наш ролик занимал высокие позиции, на него нажимали.

Стр – соотношение показов и кликов на ролик. Давайте разберем на примере. Вы смотрите какой-нибудь ролик. А справа вам открываются похожие видео, которые вам рекомендует сам Youtube. Из всего многообразия скорее всего вы нажмёте только на один ролик. Получается у тех других видео стр чуть-чуть упадет, потому что ролики вам были показаны, но вы на них не нажали.

Ранжирование – какие позиции в поиске ролик занимает по подобранным ключевым словам. Как это отследить: можно вручную, в поиске писать каждый тег или использовать плагины, тот же Vid IQ.

Удержание аудитории – какой процент зрителей досматривает ваши видео до конца.

Конверсия – это некое соотношение. К примеру, вы купили рекламу у другого блогера. И можно высчитать конверсию: сколько ролик с вашей рекламой набрал просмотров и сколько зрителей на вас подписались. Или сколько денег вы отдали за рекламу и сколько подписчиков к вам перешло.

Партнерка Youtube – чаще имеется ввиду прямая партнерская программа AdSense. С её помощью вы сможете начать зарабатывать на своем канале. Но могут иметься в виду и медиа сети, партнерские программы. Они выступают своего рода посредниками между вами и AdSense.

Накрутка – искусственное увеличение просмотров, подписчиков и других показателей.

Хейтер – происходит от английского слова «hater» – ненависть. Это человек, который к вам по каким-то причинам питаем ненависть, ваш недоброжелатель.

Стрим – прямая трансляция.

Лицензия *Creative Commons Attribution* – если мы говорим именно в рамках Youtube, то это такой тип лицензии, который разрешает повторное использование видео. Вы можете использовать фрагменты из ролика без письменного разрешения автора.

С чего начать

Многие теряются, а с чего же нужно начать? Как выбрать микрофон, понадобится ли мне хромакей, как научиться делать крутые картинки, где найти единомышленников, про что снять первый ролик и так далее. В голове крутятся десятки, а то и сотни вопросов и кажется, что выхода нет.

Конечно все эти вопросы придется решать по мере роста и развития канала. Однако начать нужно с самого базового вопроса – зачем вам нужен канал на YouTube? Какую вы преследуете цель? Если у вас нет цели, скорей всего это окажется для вас простым хобби. Если для вас создание канала просто хобби, то вы можете делать всё что вам захочется: загружать видео разной тематики, снимать ролики, когда у вас есть вдохновение и так далее. Но если вы хотите добиться результата, то нужен четкий план действий, нужна регулярная работа. И самое главное нужно снимать контент не только который нравится вам, но и на который будет спрос.

Создание канала с целью заработка, по сути это создание микро бизнеса. В любой сфере деятельности нужны первоначальные вложения. Самый минимум который вам понадобится, это компьютер и микрофон. Всё остальное: поп фильтр, хромакей и так далее уже по ситуации и в зависимости от вашего контента.

На YouTube есть примеры, когда авторы с минимальными усилиями и денежными вложениями добивались сотен тысяч подписчиков. Но это скорей исключение, а не правило. Согласитесь, ведь в лотерею тоже кто-то выигрывает? Люди, которые ищут халявы, у них крайне низкие шансы на успех. Потому что они никак на приближение этого успеха не влияют. Если у вас на самом деле стоит цель зарабатывать, и скажем в перспективе может быть через 3—5 лет полностью посвятить себя только своему проекту, то это классная цель и вполне осуществимая. Но для этого нужно регулярно работать. Каждый день совершать маленькие шаги на пути к своей цели.

Первоначальные небольшие траты все равно будут. К примеру, имеет смысл на старте заказать простой симпатичный дизайн, оформление для канала. Давайте сравним создание канала с открытием стоматологии. Вот есть у нас некий персонаж по имени Василий. Задумал он заработать денег и придумал открыть стоматологию. Казалось бы, идея не новая. Но на это есть спрос и самое главное, это направление будет актуально как через год, так и через десять лет. У нашего героя сильно ограничен бюджет. Поэтому он будет открывать кабинет не в каком-то хорошем проходном месте, а на краю города, потому что там дешевле аренда. Ремонт помещения будет очень простой, ведь бюджет сильно ограничен. Оборудование будет старое. Спектр услуг будет ограничен лишь обычным терапевтическим лечением от кариеса и постановкой пломб. Врач будет работать тоже сак себе, к которому не будут приходить на второй прием. Зато он запросил себе невысокую зарплату.

Теперь главный вопрос, будут ли сюда обращаться клиенты? Скорей всего нет. Чтобы заниматься практически любым видом бизнеса нужны первоначальные вложения. Конечно создание канала никак не соизмеримо по затратам с открытием стоматологии. Однако здесь тоже нужны вложения. Если у вас плохой микрофон, картинка в 480p и вы играете в игру 2003 года выпуска – почему зритель вас должен смотреть?

Довольно часто на консультациях встречается следующая картина. Канал создан несколько лет назад. Ролики публикуются крайне нерегулярно: то в неделю по 2—3 ролика, то за целый месяц может выйти всего один. У некоторых товарищей вообще за год бывает выходит по 5—6 роликов. Превьюшки на роликах не симпатичные, где-то их вовсе нет. Когда начинаю спрашивать, а какие способы продвижения вы используете? Часто слышу, что вот канал же начинающий, денег нет, для того канал и создается, чтобы деньги зарабатывать, а не наоборот на него тратить. Про себя думаю – безусловно, логика железная! Продолжаю диалог. Понимаю

не все готовы на старте тратиться на рекламу, но что по бесплатным способам продвижения? Вижу канал не оптимизирован, не на каждом видео стоят даже теги, другие способы вы используете, делаете в целом хоть что-нибудь? В ответ обычно или тишина, или что-то вроде: ну я же канал создал, вот ролик выложил в прошлом месяце.

Все бы ничего, но часто такие авторы искренне не понимают, почему у них ничего не получается. Они не понимают, почему по их мнению разного рода «го*но» набирает огромные просмотры, а у них пустота. Хотя прорывная идея, такого на YouTube еще нет! И конечно же они полагают, что у них самое лучшее качество!

Запомните раз и навсегда. Не существует понятия качество. Кому-то нравится Lada Granta, а кто-то скажет, что это ведро на колесах. Найдет у неё кучу минусов. Тоже самое и с видеороликами. Качественно или нет решает только зритель своими просмотрами и лайками.

Даже если вы четко уверены, что хотите начать зарабатывать на YouTube, хотите уйти с вашей текущей работы – это здорово! Тем не менее если вы раньше никогда не занимались подобной деятельностью далеко не факт, что это вам понравится. Поэтому на старте нет никакого смысла покупать дорогое оборудование и потом ломать голову что же с ним делать. Был у меня подобный случай. Два друга решили создать свой канал и подошли к этому вопросу очень серьезно. Чтобы не соврать, не помню точных цифр, сколько стоил микрофон, поп-фильтр, компьютер, хромакей и так далее. Но общий бюджет у них достиг суммы пол миллиона рублей. Причем это был этак год 2018. Т.е. цены на железо были ниже. Ребята молодцы, потратили все свои сбережения. И теперь у них вполне логичный вопрос, а чего дальше делать?

Не стоит бросаться в омут с головой. Всегда нужно начинать с тем что есть и с небольших вложений. Почти любой успешный блогер стартовал с тем оборудованием, которое у него было. И уже потом по мере роста канала, когда проект начал приносить деньги, потихоньку покупались новые комплектующие. Конечно на старте нужен нормальный микрофон для озвучки. Но его вполне реально купить за 100—150\$. Дороже на старте нет смысла брать.

Если вы для себя четко определились, что главная цель это заработок. Тогда нужно будет потратить время, определиться с тематикой для канала, чтобы она нравилась вам и был на неё спрос. А еще лучше, чтобы у этой ниши была перспектива для роста, расширения аудитории. И покупать оборудование. Самый минимум который вам понадобится это компьютер + микрофон. Если будете записывать ролики дома, то лучше брать USB конденсаторный микрофон. Для улицы лучше подойдет петличный микрофон.

Плюсы создания канала

Любой вид деятельности тянет вас либо вверх, либо вниз. Даже если вы не ставите цель стать мега известным и зарабатывать большие деньги. YouTube может стать для вас весьма развивающим хобби. Вполне вероятно, что вы откроете для себя совершенно новые направления деятельности и это вас натолкнет на новые идеи. Итак, плюсы от ведения YouTube канала.

Прежде всего улучшится ваша речь и дикция. Даже не занимаясь с преподавателем по ораторскому мастерству, специально не заучивая какие-либо скороговорки, ваш голос заметно улучшится. Когда я записываю оценку канала или общаюсь на консультациях, многие отмечают, что у меня неплохой голос. Что я для этого делал? Конечно я брал несколько уроков по ораторству, даже читал скороговорки. Но всё это было уже после того, как я записал более 1000 видео роликов. Ролики были разной длины, начиная от 20—30 секунд, заканчивая получасовыми видео. Безусловно это были и разные тематики. Получается, как улучшить свой голос – нужно просто много говорить. Возьмите в пример любого блогера. Сравните его самые первые видео, если их конечно удастся найти. И последние работы. Скорей всего вы будете сильно удивлены. Разница будет огромная! Возникает вопрос, если голос можно прокачать самому, зачем тогда я пошел к преподавателю? Я пошел больше ради интереса, ради получения теоритической базы, чтобы и дальше шел прогресс. Но сейчас я понимаю, что эти занятия были совсем не обязательны. Гораздо важнее это регулярная практика.

Вы освоите новые профессии. К примеру, вам придется стать немного дизайнером. Потому что вам для каждого ролика потребуется картинка, которую вы будете загружать на видео. Это картинка называется превью или превьюшка. Превью – это своего рода этикетка, «упаковка», которая привлекает внимание зрителей. Поэтому чем интересней, ярче выполнены ваши картинки, тем больше шансов, что вы сможете привлечь внимание более широкой аудитории, и они нажмут именно на ваш ролик. Так же вам придется осваивать монтаж видеороликов. Хотя бы на самом простом уровне, вроде вырезать неудачный фрагмент, склеить, добавить музыку и так далее. К этому добавляется продвижение роликов и канала в целом. Вам нужно будет для каждого ролика прописывать мета данные, о которых мы в дальнейшем подробно поговорим. Вам придется прокачивать навык продаж, навык ведения переговоров. Чтобы договориться с рекламодателем на наиболее выгодных для себя условиях. И так далее, сфер действительно много. Возможно вас в процессе работы увлечёт какое-то одно направление, скажем дизайн. Вы научитесь делать крутые картинки и потом сможете их продавать другим блогерам. Или вам больше всего понравится озвучка. И со временем вы сможете искать заказы на озвучивание текстов и так далее. YouTube дает вам возможность освоить много направлений.

И даже если это для вас просто хобби, тем не менее вполне с YouTube канала можно будет получать прибыль. Допустим, вы увлекаетесь чтением, и читаете 100, а то и более книг за год. Вы можете создать книжный канал и делать обзоры на прочитанные книги. Конечно на таком канале сложно будет собрать большую аудиторию. Соответственно скорей всего больших заработков не будет. Но это хобби вам сможет приносить лишнюю копейку. Когда у вас будет хотя бы 5—10 тысяч подписчиков, к вам могут начать обращаться издатели с просьбой сделать обзор на конкретную книгу. Условия могут быть разные. Возможно вам дадут книгу бесплатно, и нужно будет только её прорекламирровать, сделать на неё обзор. Или вам за это еще доплатят. Это уже вопрос сколько у вас будет подписчиков, плюс насколько хорошо вы умеете продавать, как сможете договориться.

Обычно любимое увлечение только отнимает время и требует периодических вложений. Данное же хобби со временем вам может начать приносить доход. Причем канал может так раскрутиться, что вы задумаетесь. А зачем работать на работе, которая не очень нравится, если

ваше хобби уже приносит в разы больше денег? Поэтому чем вы бы не занимались: чтением книг, игрой на музыкальных инструментах, даже если вы водитель дальнбойщик – вы можете создать канал, пусть даже как хобби. И со временем он легко может начать приносить как минимум «тринадцатую зарплату».

Подписчики или просмотры

При ведении YouTube канала, для себя важно определиться, какая у вас главная цель. У вас задача набирать максимальное количество просмотров или же набирать целевых подписчиков. Исходя из задачи стратегия продвижения канала и контент стратегия могут сильно отличаться.

Давайте рассмотрим на конкретном примере. Допустим вы автомеханик. Вы хотели бы привлекать новых клиентов с помощью YouTube канала. Тогда как вариант можно снимать обучающие ролики. Где вы показываете и подробно рассказываете, как что-либо отремонтировать. Даете советы по выбору грамотного автослесаря. Рассказываете про уловки, как работают некоторые нечестные автомастерские и так далее. При помощи подобных видео вы будете показывать свою экспертность. У вас будет расти аудитория. Будут приходиться целевые подписчики, которым интересен ремонт авто. У вас могут брать консультации, что-то спрашивать или же напрямую обращаться по вопросам ремонта. Грубо говоря вы снимаете серьезный контент. Задача роликов – показать, что вы действительно в этом разбираетесь и вам можно доверять. Это одна модель.

Другой вариант. У нас может быть все тот же канал автомеханика. Но мы можем быть нацелены на получение максимальных просмотров. Чтобы был широкий охват нужно снимать развлекательные ролики. К примеру, это могут быть разного рода эксперименты, формата: а что будет если вместо колёс поставить пластиковые бутылки из-под Кока-колы. Такой ролик может посмотреть практически кто угодно. В том числе и люди, которые далеки от ремонта автомобиля. Это необычный прикольный эксперимент, который рассчитан на широкую аудиторию. В этом случае мы можем получить хорошие просмотры и подписчиков. Но подписываться на нас будут люди, которым просто интересен развлекательный контент, а не ремонт автомобиля. Поэтому большая часть дохода у нас будет состоять не с продажи своих услуг, а просто с продажи рекламы.

Как понять, какую выбрать стратегию? Нужно опираться от тематики вашего канала и рода деятельности. Допустим вы работаете риелтором. Вам нравится ваша профессия и вам хотелось бы больше зарабатывать. А чтобы больше зарабатывать, нужно больше продавать, вам нужны клиенты. В данном случае вам больше подойдет первый вариант. Вы записываете серьезные ролики. Делаете обзоры квартир. Просто даете советы, на что нужно обращать внимание при покупке квартиры, какие существуют подводные камни и так далее. Кто-то из зрителей просмотревших ваше видео на вас подпишутся. Они будут изучать ваши ролики. Если вы реально даете полезный контент, то у подписчиков к вам будет вырабатываться лояльность, они начнут вам доверять. И со временем они могут к вам обратиться за помощью. И совсем другая ситуация, когда вам не нравится ваша профессия. Вы хотели бы сменить род деятельности и в качестве альтернативы рассматриваете YouTube. Тогда конечно вы вполне можете выбрать развлекательную тематику.

Что нужно для создания канала

На сегодняшний день канал создается буквально за 5 минут. Не нужны какие-либо специальные разрешения. Вы просто заходите на сайт YouTube и проходите регистрацию. Стандартно, как в любой социальной сети: нужно написать имя и фамилию, дату рождения, придумать пароль. Лучше писать настоящие данные, если вы планируете серьезную работу.

Что касается оборудования. Здесь следует исходить из вашей тематики. Допустим захотели вы начать с чего-то попроще, с компьютерных игр. На старте вам потребуется хороший компьютер с монитором. Имеет смысл закладывать минимум 70 000 рублей (если говорить про полный комплект), лучше конечно больше. Так же вам потребуется хороший микрофон. К примеру, у меня AKG Percerption 120 USB. Сейчас именно такой микрофон найти сложно. Я его покупал в 2014 году примерно за 8—9 тысяч рублей. Зато я его использую до сих пор. Звук весьма неплохой, дополнительные обработки не требуются. Нормальный конденсаторный микрофон выйдет в районе 10—15 тысяч рублей. Рекомендую брать микрофон с USB входом. В этом случае вам не потребуется докупать специально звуковую карту. Просто подсоединяете микрофон в компьютер и всё работает. В принципе для старта этого будет достаточно. Со временем можно будет докупить хорошую вебку, это еще несколько тысяч. Плюс можно взять хромакей. Чтобы ваше изображения вырезать и как бы на вашем фоне была игра. Вот уже казалось бы, что тут сложного снимать видео игры. Но у нас уже расходка если с нуля в районе 90 000 рублей и уверяю, это не предел.

Допустим захотели вы снимать распаковки. Отлично, давайте совсем примерно посчитаем. Компьютер здесь можно взять попроще, но опять же совсем слабый смысла нет. Здесь нужны хорошие камеры. Лучше, чтобы съемка велась с нескольких ракурсов, но пусть будет у нас хотя бы одна камера. Нормальная камера на сегодня выйдет в районе 50 000 рублей. Петличный микрофон еще пару тысяч. Нужно освещение, это прям отдельная проблема. Опять же хотя бы пару софт боксов это в районе 15 тысяч рублей. Итого с компьютером для монтажа выйдет более ста тысяч рублей. И с нуля разобраться с освещением сложно, понять, что вам нужно, какой тип – не факт, что сразу вы купите то что вам нужно.

С мобильными играми проще. Можно взять мощный дорогой телефон, на котором нормальный микрофон и прям там делать простенький монтаж. Но монтировать даже самое простое склейку/нарезку – не каждому будет удобно.

И еще раз отмечу. Оборудование нужно покупать исходя из ваших реальных потребностей. Сначала купить всё-всё-всё, а потом думать, что с ним делать, очень плохая затея.

Способы заработка на канале

Монетизировать можно практически любой канал, был бы на нем трафик. Если канал живой, растут подписчики и просмотры, то зарабатывать на нем можно. Существует много способов заработка.

Прежде всего самый распространённый, это заработок через партнерскую программу от самого YouTube. Тут есть два варианта: можно стать партнером напрямую через AdSense, можно подключиться через посредников и использовать медиасеть. Раньше через медиасети было подключаться довольно выгодно. У них был смешной порог для подключения. Нужно было иметь 10 подписчиков и 1000 просмотров. На такие показатели легко можно выйти за день, а то и за несколько часов, если купить рекламу или попросить прорекламировать друзей. Но были и свои подводные камни. Скажем от медиасети отключиться было очень сложно. Ведь в среднем они имели 30% от дохода подключенного канала. При этом какая-либо помощь оказывалась слабо. Фактически это просто грабёж блогеров. К AdSense было подключиться посложней, там критериев было гораздо больше. Плюс он выплачивал только когда доход переваливал за 100 долларов. Поэтому новички раньше бежали в медиасети. Чтобы заработать хоть какие-то первые деньги.

В настоящее время даже если вы хотите подключиться к какой-либо медиасети, сначала нужно подключиться к AdSense. А если вы итак уже подключились, то какой смысл потом еще бежать в медиа сеть, отдавать им 30% от своего дохода? Правильно, сейчас в медиасетях отпала всякая потребность! Но к AdSense в настоящее время подключиться не легко. Канал должен удовлетворять следующим критериям: у вас должно быть 10 000 просмотров, 1000 подписчиков и самое сложное для новичков 4000 часов просмотров. С нуля новый канал подключить стало не просто. Тем не менее за полгода-год выйти на эти показатели вполне реально. И конечно не забываем о правилах YouTube, принципах сообщества. Плюс потребуется соблюдать правила самой партнерской программы.

У заработка через AdSense есть свои как плюсы, так и минусы. Из плюсов можно выделить, что вам не нужно искать самому рекламодателей. Вам нужно только подключиться и регулярно выпускать новые ролики, не нарушать правила. Реклама на вашем канале будет показываться в автоматическом режиме. Причем можно настроить, чтобы реклама крутилась и уже на ранее опубликованных ваших видео. Можно сказать, что это полу пассивный заработок. Даже если вы не выпускаете ролики неделю или месяц, реклама на роликах всё равно будет крутиться. И доход будет упираться только в количество просмотров. Но очень важно никаким искусственным способом не накручивать просмотры! Мало того, что вы не получите доход с таких просмотров, но еще и рискуете вылететь с монетизации.

Так же у этого способа имеются и свои минусы. Прежде всего это доход. Заработок этот способ будет приносить совсем небольшой. Конечно он также будет зависеть и от тематики вашего канала. Если у вас контент направлен на более взрослую аудиторию, скажем у вас обзоры автомобилей, то доход может быть повыше. В среднем 100 000 просмотров вам будут приносить в районе 40 долларов. С одной стороны, безусловно круто начать получать хоть какой-то доход. С другой стороны, это не те деньги, которые вам помогут жить только за счет YouTube канала. Так же вы никак не сможете влиять на то, какая реклама крутится на вашем канале. Скажем если у вас канал по продаже пылесосов определенной марки, то на ваших же видео смогут рекламироваться ваши конкуренты. В данном случае совсем невыгодно получить несколько долларов за рекламу, при этом если им удастся переманить клиента, то вы потеряете несколько сотен.

Существуют разные форматы объявлений на YouTube в Google AdSense.

- Медийные объявления – они появляются справа в самом верху, где отображаются похожие видео, когда зритель открыл ваш ролик.

- Оверлеи – это полупрозрачные объявления, которые отображаются в нижней части ролика, по центру.

- Видеообъявления с возможностью пропуска – когда зритель нажимает на ваш ролик, ему сначала показывается реклама, которую можно пропустить через 5 секунд. Кстати этот формат может встречаться не только в начале видео, но в середине и так же в конце.

- Видеообъявления без возможности пропуска – это обязательная реклама для просмотра, её нельзя пропустить. Встречаться может так же в любой части ролика. Для зрителей это наиболее раздражающая реклама, кто-то может даже уйти с видео, не дожидаясь, когда пройдет реклама и начнется ролик. Но и так же по доходу, за такой тип рекламы можно получать наибольшую прибыль. Сюда же можно отнести Объявления-заставки. Аналогично предыдущему, но имеют длительность до 6 секунд.

И не так давно были добавлены новые источники дохода для участников партнерской программы AdSense: спонсорство, суперчат и суперстикеры, YouTube Premium. В России эти способы не очень широко распространены. К тому же с них получается доход не очень большой, поэтому на них подробно останавливаться не будем.

Львиную долю заработка почти любого блогера составляет реклама своих товаров и услуг или же чужих. Если у вас большой канал, скажем в районе 100 000 подписчиков, то как правило проблем с рекламодателями не возникает. Они сами охотно вам будут писать. Если у вас не большой канал, то обращаться будут редко. К тому же если у вас скажем менее 10 000 подписчиков, то сильно рекламой и не стоит увлекаться. Этим вы будете отталкивать новых зрителей, косвенно реклама будет мешать развитию канала. Да и сами вы на этом толком не заработаете. Самые распространённые форматы рекламы: реклама в ролике (в начале, середине и в конце) и отдельные рекламные ролики. Если речь идет о рекламе другого канала, то конечно можно продать место в саббоксе, лайк, можно разместить рекламный логотип в шапке канала и так далее. Здесь больше по ситуации, что нужно рекламодателю и как сможете договориться.

Всегда гораздо выгодней рекламировать свои товары и услуги. Вы на этом сможете гораздо больше зарабатывать. Потому что в любом бизнесе самое сложное и проблемное место – привлечение клиентов. Поэтому выбирать тематику для YouTube канала нужно еще и с дальнейшей перспективой, чтобы своей аудитории вы могли что-то продавать.

Давайте рассмотрим конкретный пример. Есть персонаж по имени Никита. Он любит играть в видео игру Dota 2. Он проанализировал рынок, и оказалось, что это вполне неплохая игра. Она весьма популярная, в неё играют много игроков. По ней есть много поисковых запросов и имеется большой рынок. Т.е. уже создано куча каналов, есть даже много каналов, которые имеют сотни тысяч подписчиков, имеется много фан сайтов. А так же в игре можно передавать предметы, которые продаются и покупаются за реальные деньги. И Никита решил создать канал по этой игре. Дела пошли хорошо, он начал зарабатывать с продажи рекламы. Он рекламировал другие каналы, плюс сторонние товары и услуги. Но потом он сообразил, зачем ему рекламировать чужие магазины, которые продают предметы из этой игры, если он может сделать свой. Так он и поступил! Тем самым он прилично увеличил свой доход. Потому что стал зарабатывать дополнительно со своего магазина. У нашего героя уже был неплохо развит канал. Плюс у него была лояльная аудитория. Зрители ему доверяли, поэтому конечно при выборе покупать вещь в чужом незнакомом магазине или у него – разумеется покупали у него!

Тоже самое если вы к примеру юрист. Вы сможете рекламировать сторонние полезные сервисы, вроде того же КонсультантПлюс. К тому же вы сможете продавать и свои услуги. Повторюсь, в идеале нужно стремиться к подобной модели. Чтобы зарабатывать на рекламе чужих товаров и услуг + продавать свои.

И еще один способ монетизации, который больше успехом пользуется у стримеров – донаты. Это добровольные пожертвования блогеру от конкретного человека. Система донатов может прижиться далеко не в каждой тематике. Если вы планируете только запись роликов, то возможно этот способ принесет меньше всего дохода. Охотней зрители кидают донаты на прямых трансляциях, т.е. стримах. Сам не раз замечал, что если делать только ролики – донатов почти нет. Стоит только запустить стрим – донаты начинают сыпаться! На сегодня есть много сервисов, которые позволяют красиво оформить свой стрим. Когда вам кидают определенную сумму – на экране это как-то красочно отображалось. К примеру, тот же DonationAlerts. Плюс нужно будет продумать поощрения для ваших донаторов. На сегодня существуют даже целые сервисы, вроде того же Patreon. Там вы можете круто настроить систему поощрений, что получит человек если закинет конкретную сумму.

Правила YouTube

В этой главе мы вкратце пробежимся по самым основным правилам платформы. Забегая вперёд сразу отмечу. YouTube не работает по такому принципу, что если вы нарушили одно из правил, то вас тут же заблокируют. Если конечно это не какое-то грубое нарушение. Хорошо поискав, то почти на каждый пункт правил можно найти канал и не один, который эти правила нарушает. YouTube огромная платформа. И система просто физически не в состоянии изучить каждый канал. Поэтому нарушая правила, вы закладываете мину замедленного действия. Возможно вас заблокируют завтра. Возможно через год. Это можно сравнить с тем, что вы переходите дорогу в неположенном месте. Если вы один раз перешли дорогу в неположенном месте, означает ли это гарантированный штраф? Наверное, нет. Но если вы так будете поступать регулярно, то рано или поздно вас поймают и накажут. Тоже самое и на YouTube. Разовое нарушение скорей всего за собой ничего не повлечет. Но регулярное уже несет большую опасность.

Правила на YouTube именуются, как принципы сообщества. Итак, базовые принципы.

1. На платформе запрещено размещать контент сексуального или порнографического содержания. Т.е. это видео, в которых демонстрируются гениталии, грудь, ягодицы прикрытые или обнаженные. Но здесь имеется очень важная приписка – видео, созданные с целью вызвать у зрителя сексуальное возбуждение. Так же видео, в которых демонстрируется половой акт или фетиши. Но что странно, образовательный контент в этой сфере допустим! К примеру, на YouTube есть видео, где подробно показывается как делать шагуринг зоны глубокого бикини. Причем на некоторых видео гениталии совсем никак не прикрыты.

2. Запрещено публиковать опасный контент. Вы не можете загружать видео, которые побуждают зрителей к совершению опасных или незаконных действий, которые могут нанести вред здоровью или даже привести к смерти. Это могут видео с жестокими или опасными розыгрышами. Видео с подробными инструкциями, как причинять вред другим людям. Пропаганда насилия и так далее. Грубо говоря вы не можете публиковать материалы, в которых рассказываете, как делать огнестрельное оружие. Кстати это и уголовно наказуемо. Но вы можете публиковать видео со своими трюками, если вы профессиональный гимнаст. Однако в начале видео не будет лишним сделать дисклеймер (предупреждение). Что данные трюки выполняются профессионалом. Ни в коем случае не пытайтесь повторить увиденное. Примерно в таком ключе.

3. Дискриминационные высказывания. Помните, на YouTube вы не просто высказываете своё мнение. Это другу на кухне можете сказать всё что вы думаете. Но публикуя ролики в интернете вы выступаете как медиа личность. И за ваши слова вы можете понести ответственность. Ваш ролик будет прямым доказательством. На платформе нельзя проявлять словесную ненависть. Это могут быть призывы к враждебности или насилию по любому признаку: возраст, пол, религия, сексуальная ориентация и так далее.

4. Натуралистический контент. Запрещается размещать видео с изображениями жестокости и насилия. В том числе запрещены публикации драк с несовершеннолетними. Кадры и изображения физиологических жидкостей: кровь, рвотные массы и так далее. Видео где животным причиняют боль и страдания.

5. Оскорбления и запугивания. Запрещено публиковать ролики, на которых имеются угрозы для других лиц. Так же если угрозы основаны на личных чертах.

6. Спам и ложные мета данные. Многие пользователи с целью увеличить просмотры, чтобы как можно больше людей посмотрели их видео идут на разного рода ухищрения. Делают очень привлекательные заголовки и превью, которые не отражают суть ролика. Это негативно сказывается прежде всего для самого ролика. Потому что зрители видео быстро закрывают, падает удержание аудитории. Плюс могут быть санкции со стороны YouTube. К ложным мета

данным так же относятся и теги ролика. Так же если видео созданы с целью перенаправления зрителя на другие ресурсы. Это называется спамом и тоже запрещено. Сюда да также можно отнести повторяющиеся однотипные комментарии. Искусственное увеличение показателей.

7. Авторское право. Вы не можете загружать видео, которое создано не вами. Тоже самое кстати относится и к чужим фрагментам. Прямая цитата из правил: «Не используйте фрагменты чужих работ, если у вас нет на это права или разрешения». К сожалению, авторское право это отдельная проблема. Потому что накладывается законодательство США, принципы сообщества, плюс Российской законодательство в этой сфере. Поэтому часто возникают спорные ситуации. Чтобы гарантированно себя обезопасить, лучше не использовать чужие фрагменты. Потому что в теории это нарушение авторского права и вам может прилететь страйк. Сколько вы использовали по продолжительности, было ли это добросовестное использование – не факт, что модератор займет вашу позицию.

8. Конфиденциальность. Нельзя размещать чужие личные данные. Причем сюда можно отнести почти всё что угодно: полное имя, контактную информацию и так далее. Вам обязательно нужно согласие того человека. В противном случае даже публикация фотографии или фрагмента голоса – всё это можно затребовать удалить у автора контента. Или подать жалобу.

9. Выдача себя за другое лицо. Допустим вы сделали канал и оформили его очень похоже на другой, с целью выдачи себя за другого человека.

Уже предвижу ваше возмущение и удивление. Повторюсь. На YouTube можно найти каналы, которые нарушают все эти пункты. Некоторые даже живут очень давно и им ничего не делается. С одной стороны, это вопрос времени. С другой стороны, и нельзя исключать некий сговор. Потому что есть же огромные каналы, на которых публикуются трейлеры к фильмам. Формально это идет нарушение. Хотя многим небольшим каналам сразу прилетает страйк или как минимум уведомление о нарушении. Если вам интересен полный перечень правил, более подробно вы можете ознакомиться здесь по QR коду:



Авторское право

Говоря о правилах на Youtube нельзя обойти стороной авторское право. Если вы перешли по QR коду, то уже сами почитали и ознакомились (в разделе правообладателям – авторское право). Скорей всего в голове полная путаница. Там почти нет четких определений и формулировок. Давайте попробуем разобраться.

Прежде всего нужно для себя четко уяснить. Прямая цитата из правил:

«Соблюдайте авторские права. Не загружайте видео, которые созданы не вами. Не используйте фрагменты чужих работ, если у вас нет на это права или разрешения».

Выходит, по умолчанию нельзя использовать чужие видео или даже небольшие фрагменты. Но есть ряд случаев, когда это допускается.

1. Самое простое и понятное, если у вас есть письменное согласие от правообладателя. Здесь не обязательно юридически заверять (хотя это прям в идеале). Достаточно получить согласие в свободной форме по электронной почте или смотря где вы ведете переписку.

2. Лицензия Creative Commons – ролики, загруженные по данному типу лицензии, разрешено использовать повторно. Вы можете использовать как фрагменты, так и весь ролик. Тип лицензии указан в описании к ролику. Но важно обращаться к первоисточнику. Чтобы сам автор действительно разрешал использовать свои видео, выставляя данный тип лицензии. Часто бывает так, что ролики перезагружаются неправомерно и на новые загруженные видео выставляется такой тип лицензии. Хотя на самом канале автора – такого типа лицензии нет. Соответственно он никому разрешений не давал на использование своего контента.

3. Видео из категории общественное достояние. В эту категорию попадают не только видеоролики, но и стихи, мелодии – словом любые творческие произведения. Это материал на который истек срок существования имущественного авторского права. Контент из этой категории можно так же свободно использовать. В каждой стране срок, когда произведение переходит в этот раздел определяется индивидуально. К примеру, в США подпадают в эту категорию любые произведения созданные до 1 января 1926 года. В России материал переходит в раздел общественного достояния, когда проходит 70 лет со дня смерти автора, хотя выбивают исключения. В Европейском Союзе этот срок обычно составляет 50 лет.

4. Добросовестное использование – пожалуй самое сложное и запутанное понятие. Если говорить простыми словами что это такое – если вы берете чужие фрагменты и на их основе создаете свой уникальный ролик. К примеру, у вас видео про историю создания концерна Volkswagen. И в свой ролик вы добавили пару исторических моментов из других видео. При этом эти фрагменты лишь дополняют ваш ролик, делают его возможно интересней и динамичней. Если эти чужие куски вырезать, то ваш ролик останется цельных, понятным. Но с ними получается лучше. Сам Youtube нам в правилах пишет:

«Если вы без разрешения включили в свое видео чужой контент и не до конца уверены, допустимо ли это в вашем случае, проконсультируйтесь с юристом».

Получается если вы не уверены, то лучше не стоит. Основные критерии добросовестного использования:

1. Как и для чего используются материалы: коммерческое или некоммерческое использование.

2. Какова суть работы, защищенной авторским правом. Это общеизвестные факты или художественный вымысел.

3. Размер и значимость использованного фрагмента относительно всей работы, защищенной авторским правом.

4. Последствия с точки зрения возможности дальнейшей продажи и ценности защищенного контента. Т.е. какие убытки понес правообладатель.

Подробнее ознакомиться с добросовестным использованием и почитать про другие правила, вы можете всё по той же ссылке на которую ведет QR код, в разделе правообладателям – авторское право. Какой смысл переписывать весь текст. Кстати там же вы можете ознакомиться со многими распространёнными мифами.

Подводя итог выше сказанному. Мне лично до конца не ясно, то ли так сделано специально, что нет четкой конкретики. Чтобы при желании можно было докопаться до любого канала. Или возможно это проблема перевода правил на русский язык, не точный перевод. Или вообще это недоработка самих разработчиков и со временем всё исправится. Но факт есть факт. Почти все правила написаны размыто. Поэтому лучше в идеале совсем не использовать чужой контент.

Картинки и тексты

Хотелось бы еще раз заострить ваше внимание на фразе: «Не используйте фрагменты чужих работ, если у вас нет на это права или разрешения». Потому что авторское право распространяется не только на видеоролики, но и на тексты, картинки, музыку и так далее. И здесь действуют аналогичные принципы.

Допустим вы взяли текст с какого-то сайта. Текст не переработали, взяли целиком прочитали. С автором не связались, можно ли вам его использовать в своих целях. Рядом с текстом не указано, что у него тип лицензии Creative Commons, его можно повторно использовать. Наконец этот текст не подпадает под категорию общественное достояние. Получается вы украли чужую интеллектуальную собственность. Если автор текста узнает, что вы его взяли без спроса, то он может попросить вас его удалить. Или же сразу может на вас пожаловаться. И скорей всего вы получите первый страйк. Если будет еще два нарушения, если вы получаете еще два страйка, то ваш канал будет заблокирован.

Поэтому если уж так сложилось, что вы берете у кого-то текст. Прежде всего лучше поискать тексты по лицензии СС. Возможно есть сайты по вашей тематике, которые распространяют материал без ограничений. Если альтернативы найти не получилось, то лучше брать не весь текст, а небольшую часть. И что очень важно его изменить. Есть сервисы, которые показывают насколько текст уникален. К примеру, тот же text.ru. Вам нужно переписать текст таким образом, чтобы получить высокую уникальность текста, выше 95%. В таком случае автору будет гораздо сложнее доказать, что вы взяли текст именно у него. Подобное переписывание текста называется рерайт. Может быть по началу будет сложно, но это необходимо сделать.

Тоже самое относится и к картинкам. У каждой картинки есть свой автор. Если вы берете готовые картинки из интернета и загружаете себе на канал, скажем ставите на ролике в виде превью. Опять же рано или поздно может случиться так, что правообладатель наткнется на ваш канал. Аналогично могут сначала просто попросить удалить или могут сразу кинуть жалобу. В идеале лучше, как и с текстами писать свои уникальные (это называется копирайт) или хотя бы рерайтить (обрабатывать, уникализировать готовые тексты). Тоже самое и здесь. Лучше обращаться к дизайнеру, чтобы он делал для вас уникальные картинки. Или же если берете готовые картинки, то их так же нужно обрабатывать: делать цвето коррекцию, добавлять новые объекты и так далее.

Помните, что авторское право распространяется не только на чужие видео, но и другие объекты. Дальше мы поговорим про музыку.

Где брать музыку для видео

Многие авторы сильно заморачиваются по этому вопросу. Конечно музыка важна. С её помощью вы можете заставить ваших зрителей испытывать именно ту эмоцию, которую вы хотите. Но на старте не стоит озадачиваться этим вопросом. Как правило, музыка это всего лишь фон, приятное дополнение к вашему ролику. Но какой бы крутой музыкальный трек вы не взяли, основа – это всегда ваше видео, то чем вы хотите поделиться с вашими зрителями, ваш контент.

На Youtube действуют довольно суровые правила в отношении авторских прав. Вы не можете взять любую песню, которая вам нравится и использовать её в своем ролике. Если вы возьмете любой популярный трек, то после загрузки на Youtube, моментально прилетит уведомление о нарушении авторских прав. Так делать не стоит, потому что правообладатель за нарушение своих авторских прав, вам может кинуть страйк. Он может подать на вас жалобу и Youtube примет соответствующие меры. Обычно здесь два варианта, если у вас подключена монетизация AdSense, то весь доход от этого ролика может уходить правообладателю. В этом случае дополнительные санкции могут и не применяться, никаких запретов у ролика или у канала может и не быть. Второй вариант – за нарушение авторских прав, ролик может быть удален, а вы получите предупреждение.

На первых порах безопасней и проще всего брать музыку можно сказать прямо из своего Youtube канала. Если вы перейдете в творческую студию, то в левом нижнем углу у нас будет надпись – фонотека. Нажав туда вам откроются музыкальные композиции, которые можно использовать совершенно легально. И рекомендую поставить там фильтр – не требуется указание авторства. Таким образом в видео, в котором вы используете музыку, в описании к ролику, вам не нужно будет указывать название песни и имя исполнителя. Выбор на сегодня довольно большой. Можно сортировать треки по жанру, длительности, настроению. Фонотека периодически пополняется новыми треками. Словом, здесь имеются песни на любой вкус. Если вы новичок, то это самый оптимальный вариант.

Существуют разные типы лицензий. Они отличаются разными условиями, по которым можно использовать авторский контент, в данном случае музыку. Сильно не будет вдаваться в подробности. Оптимальный вариант – creative commons attribution. На сегодня созданы даже каналы на Youtube, авторы которых собирают такие треки и их можно свободно использовать. Каналов таких масса, достаточно в поиске Youtube написать что-то вроде: музыка creative commons. Но здесь кроется подводный камень. Авторы таких каналов иногда могут брать любые песни и писать, что это музыка по лицензии CC и её можно использовать, а на самом деле это не так. Проверить действительно ли это музыка по лицензии CC, которую можно свободно использовать или нет, почти невозможно. Поэтому даже если брать треки у большого канала, небольшой риск остаётся.

Гораздо лучше обращаться к первоисточнику. К примеру, есть музыкант Josh Woodward. Если зайти на его официальный сайт, то там написано, что все треки можно использовать свободно. Причем можно бесплатно качать по одному или за небольшую сумму можно разом скачать весь архив песен, а их более 200. Кстати неплохие спокойные музыкальные композиции.

Тем не менее если вы хотите использовать в ролике свою любимую песню, а скорей всего это будет какая-то популярная композиция. Можно попробовать отыскать на неё кавер. Кто не знает, что такое кавер. Упрощенно говоря, это исполнение уже существующей песни другой группой. Заходим в тот же Вконтакте, пишем название трека в поиске песен и добавляем cover. Т.е. должно получиться к примеру – chop suey cover. И в целом кавер вы можете использовать. Скорей всего кавер сделала не очень известная группа и она вам явно не предъявит, ведь песня не их. Тем самым вы себя можете немного обезопасить, риски в данном случае не большие.

Но стоит помнить, что они есть! Это не панацея, но часто каверы даже на самые популярные треки прокатывают.

Поэтому где брать музыку для роликов – выбор за вами. И важно помнить, если вы будете нарушать авторское право, то ваш канал может быть заблокирован. И все ваши труды пропадут в один момент.

Делаем выводы

Давайте подведем итоги по авторскому праву. В нашей стране оно развито в меньшей степени, чем на Западе. Учитывая, что Youtube можно сказать это американская компания, отсюда столь жесткие правила. В идеале лучше совсем не брать чужой материал. Но если уж приходится у кого-то что-то заимствовать, то что мы делаем:

1. Пробуем договориться. Если вам нужен текст и это какой-то небольшой сайт, часто авторы не против, чтобы брали их тексты. Обычно ссылки в описании на автора и благодарности в конце ролика более чем достаточно. Другое дело если это большой портал или известный автор, то возможно он к этому еще запросит гонорар. Аналогично и с другими материалами.

2. Ищем материал по лицензии Creative Commons – Attribution. Данный тип лицензии говорит о том, что контент можно использовать повторно. Для подстраховки можно в описании оставлять ссылку на источник. И конечно же убеждаемся, что мы нашли первоисточник. Что действительно этот тип лицензии выставил сам автор, а не какой-то блогер, который просто скачал и загрузил себе на канал.

3. Если уместно, то используем контент из категории общественное достояние. Про него подробно говорили в главе Авторское право.

Эти способы позволяют нам правомерно использовать чужой материал. Если по правилам не получается, что делать.

1. С текстами проще всего. Есть много сервисов, которые показывают насколько текст уникален. Можем взять чужой текст, если большой, то лучше брать несколько источников. И делаем рерайт. Т.е. заменяем все словами синонимами. В итоге чтобы уникальность нашего текста была выше 95%. Это будет прям идеальный вариант.

2. С картинками уже сложнее. Как проверить картинку на уникальность. Пишем в поисковой строке браузера что-то вроде «проверить картинку на уникальность» и откроются сервисы по проверке. Можно воспользоваться поиском по картинке. Есть неплохой сервис у Яндекса, поиск по фото. На него ссылка ниже:

3. Что касается видео и музыки – здесь еще сложнее. Есть неплохой рабочий способ проверить, будет ли сам Youtube на вас ругаться при загрузке ролика. В этом нам поможет буферный канал. Можно завести отдельную учетную запись Google и создать новый канал. Туда загружаем ролик в доступ по ссылке. Далее ждем примерно 24 часа и смотрим. Если не выскочило никаких уведомлений о нарушениях, то ролик можно удалять и грузить на основной канал. Если вдруг выскочили нарушения, то мы сможем ознакомиться какие и где. После чего внести правки, смонтировать ролик заново и провести манипуляции еще раз.

13 Полезных сервиса для блогера

Здесь мы рассмотрим наиболее полезные и актуальные сервисы, которые вам сильно облегчат жизнь. Начнем с сервиса – wordstat. yandex. Это сервис по подбору ключевых слов. С его помощью мы сможем определиться как с тематикой для канала, так и выбором тематики для ролика. Плюс можно подбирать ключи для оптимизации роликов. Мы сможем узнать какие поисковые запросы наиболее популярны, что востребовано и что люди ищут. Очень важно при выборе тематики для ролика, да и канала в целом опираться на подобные сервисы. Потому что если вы изначально выберете неверную тематику, то уже на старте обрекаете себя на провал. Даже если всё сделаете правильно. Давайте разберем пример. Допустим вы хотите сделать игровой канал. И вы ищите какую бы игру взять. Вы остановились на двух претендентах: Майнкрафт и Старкрафт. В вордстате мы прямо можем написать названия игр по очереди. Если мы напишем Майнкрафт, то он имеет более 22 миллионов показов за месяц (опять же на момент написания книги). Старкрафт чуть более 100 тысяч показов. Даже по такому очень поверхностному анализу можно сделать не хитрый вывод, что Майнкрафт гораздо более популярная игра, она пользуется гораздо более широким интересом. Поэтому имеет смысл взять именно её. Если изначально взять узкую нишу, в данном случае тот же Старкрафт, то даже если ваш канал станет самым популярным по этой игре, серьезных показателей как по подписчикам, так и по доходам добиться вряд ли удастся. В первом случае будет гораздо проще набрать первые 100 000 подписчиков, чем во втором. И конечно же помним, что это статистика запросов только из поисковика Яндекс. Сервис является бесплатным и не имеет каких-либо ограничений по проверкам.

Нечто похожее есть и у Гугла – планировщик ключевых слов. Принцип аналогичный, как и у предыдущего сервиса. Здесь нам будет доступна статистика уже у поисковика Гугл. Этот сервис обладает рядом преимуществ. Помимо самой статистики запросов, так же нам сразу будет показан уровень конкуренции, ставка для показов, если мы заходим по этому ключу купить рекламу и так далее. Однако если вордстат является отдельным самостоятельным и главное легким в освоении сервисом. Планировщик ключевых слов от Гугл интегрирован в рекламный кабинет Google Рекламы, Google Ads (или еще называют AdWords). Поэтому использовать его новичкам не просто.

Третий сервис называется VID IQ. Это целое приложение для браузеров Mozilla Firefox и Google Chrome. Ранее оно было доступно только для браузера Chrome, не так давно появилось и для Firefox. Возможно в будущем дополнение станет доступно и для других браузеров. Чтобы им пользоваться, нужно сначала зарегистрироваться на их сайте <https://vidiq.com>. Затем скачать приложение для браузера и в нем авторизоваться. Понимаю, если вы им никогда ранее не пользовались, то скорей всего этой инструкции будет недостаточно. Поэтому если возникнут вопросы, то можете мне написать в социальных сетях. С помощью vid iq мы так же сможем подбирать поисковые запросы, анализировать ниши, подбирать ключи для оптимизации ролика. Сможем увидеть уровень конкуренции и многое другое. А так же мы сможем видеть теги любого канала и теги ролика. Плюс если ролик хорошо оптимизирован, то рядом с тегом будет белая цифра на синем фоне. Эта цифра показывает примерно какое место занимает ролик в поиске YouTube по этому тегу. Чаще всего показывает верно, хотя бывают неточности. Это очень удобно. Не нужно вбивать вручную просматривать каждый тег. Тем самым вы сможете смотреть насколько хорошо оптимизируете свои видео, а также подглядывать за конкурентами. Сервис является платным. Там действует система подписки. Т.е. изначально вы оплачиваете один месяц или сколько выберете, а потом списания начнутся в автоматическом режиме. Поэтому если через какое-то время перестанете им пользоваться, то нужно обязательно отменить подписку. И еще один важный плюс – он показывает запросы именно на YouTube. Начать

им пользоваться можно и с бесплатной версии. Даже в пробной версии он показывает теги каналов и роликов. В качестве очень похожих аналогов можно выделить плагин TubeBuddy, а также Clever. По своему функционалу они отдаленно напоминают VID IQ, поэтому на них подробно не будем останавливаться.

Шестой сервис – Mutagen. Это так же сервис по подбору ключевых слов. Он берет статистику из вордстата, но в отличие от него он показывает уровень конкуренции по вашему запросу. Уровень конкуренции именно по запросам в Яндекс поиске. Это очень удобно, особенно актуально для написания статей. Если вы заведете свой сайт, то этот сервис вам весьма пригодится. Или может быть вы будете писать статьи под поиск для Яндекс Дзена. Для видео он будет полезен в меньшей степени.



Седьмой сервис – Google Trends. В какой-то степени он тоже имеет отношение к подбору поисковых запросов. Здесь мы можем проанализировать насколько тематика популярна на данный момент. Плюс можем посмотреть это в динамике. К примеру, если мы напишем Конор Макгрегор, то увидим, когда был пик популярности этого запроса. Если поставим период 5 лет, то пик пришелся на 7—13 октября 2018 года. Как раз именно в то время был громкий нашумевший матч Конор Макгрегор против Хабиба Нурмагомедова. Этот сервис является бесплатным. Поэтому его тоже можно задействовать

Наконец восьмой, последний ресурс, который связан с подбором поисковых запросов – Keywordtool. Сервис позволяет смотреть ключевые запросы сразу в Гугле, на Youtube и в других площадках. Однако он является платным. В бесплатной версии там только выводятся поисковые запросы. Но мы не видим насколько они популярны.

Следующие сайты уже никак не связаны с поисковыми запросами, это к примеру – Whatstat. Здесь собрано довольно большое количество каналов. Представлены разные категории: животные, компьютерные игры, музыка, образование и так далее. Очень удобно, когда вы ищите у кого бы купить рекламу. Можно выбрать интересующую вас категорию и пройтись по всем каналам. Сервис позволяет экономить кучу времени, чтобы не искать вручную. С другой стороны категорий не так уж и много. Нет каких-то узких тем, вроде садоводства или про рыбалку. Данный сервис так же является бесплатным, плюс периодически происходит обновление каналов.

Десятый сервис – Socialblade. Этот сервис предназначен для анализа YouTube каналов. Мы пишем название канала и можем получить о нем кое-какую информацию. К примеру, мы можем посмотреть сколько примерно зарабатывает автор канала. Сразу отмечу, что заработок это очень примерный. Можно брать наименьшее число и еще разделить на полтора. Только в этом случае мы получим реальную картину, если вас интересует заработок с конкретного

канала. Можем посмотреть динамику по подписчикам и просмотрам за несколько лет. И некоторая другая информация.

Так же стоит отметить сервисы по индексации роликов. К примеру, тот же – [indexkings](#). Их существует довольно много, можно использовать что-то одно. Упрощенно говоря с помощью данных сервисов вы сможете быстрее поисковым системам помочь обнаружить ваш новый ролик. Вы туда закидываете свой ролик. Нажимаете на кнопку начать индексирование. Ждете 15—20 минут, после чего сайт можно закрывать.

И еще я использую сервисы, которые помогают определить, сколько символов в тексте. Мне очень нравится – [Text.ru](#). Он по сей день остается полностью бесплатным. Для удобства я завел там аккаунт, чтобы не было никаких ограничений. К примеру, в заголовке у нас лимит текста 100 символов, в тегах 500, описание мы пишем в районе 1000 символов (имею в виду seo текст). И данный сервис показывает сколько символов в тексте сразу во время набора, не нужно нажимать лишние кнопки, стоять в каких-то очередях. Вообще этот сервис позволяет понять насколько ваш текст уникален. Это актуально для статей в том же Яндекс Дзене или для любых других сайтов. Но нас уникальность текста не интересует. Поэтому повторюсь я его только использую, для подсчета количества символов в тексте. Плюс сервис подчеркивает неправильно написанное слово, что тоже удобно.

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.