

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

им. М. В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Способы продвижения узконаправленного YouTube
канала на примере конноспортивного блога DRSSG**

Исследовательская работа

студентки IV курса в/о (гр. 405)

СИМОНОВОЙ В.И.

Научный руководитель:

канд. филол. наук. ЗАСУРСКИЙ И.И.

Москва – 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. YOUTUBE	
I.I Реклама на YouTube.....	4
I.II Иные способы продвижения YouTube каналов.....	6
ГЛАВА 2 DRSSG	
II.I Тематика канала DRSSG, особенности и конкуренты.....	8
II.II Продвижение каналов со схожей тематикой, первые попытки продвижения DRSSG...	9
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	

ВВЕДЕНИЕ

Видеохостинги довольно быстро завоевали популярность среди пользователей глобальной сети. Американский YouTube знают в каждом уголке планеты, количество каналов и блогеров растет ежедневно. Каждый день какой-то «ютубер» приходит к заветным 100 тыс., 500 тыс. или 1 млн. подписчиков.

YouTube – это видеохостинговая компания, основанная Стивом Ченом, Чадом Хэрли и Джаведом Каримом в 2005 году, основная цель которого – предоставлять пользователям возможность хранить, доставлять и воспроизводить видеоролики.

В ноябре 2006 года была завершена покупка YouTube компанией Google за 1,65 миллиарда долларов¹. Ранее Google обладал собственным видео сервисом Google Видео, который продолжает функционировать и в настоящее время.

Сейчас YouTube одна из самых популярных мировых площадок для продвижения себя или собственного бренда. Тематические блогеры набирают огромную популярность, всегда находят свою целевую аудиторию и всячески стремятся к завоеванию новой. Постепенно на эту площадку вышли и медиакомпании, создающие официальные каналы на YouTube, а в 2017 году было объявлено о запуске платного сервиса для просмотра эфира телеканалов в онлайн – YouTube TV².

При таком количестве пользователей, вполне естественно развились способы монетизации собственного контента, которые возможны как через сам YouTube, так и через другие площадки.

¹ [Google купил видеосервис YouTube](#), Lenta.ru (10 октября 2006).

² YouTube запустил сервис для просмотра телеканалов в онлайн, Телекритика, URL - <http://ru.telekritika.ua/business/youtube-zapustil-servis-dlya-prosmotra-telekanalov-v-onlaine-668095>

YOUTUBE

РЕКЛАМА НА YOUTUBE

Сервис предоставляет возможность самостоятельно довольно быстро настроить таргетированную рекламу вашего канала или продукта при помощи собственной платформы Google Ad. Все, что от вас требуется – рекламное видео и бюджет порядка 600 рублей в день (при меньшем почему-то специалист по рекламе YouTube не будет вам помогать).

Настройка монетизации контента усложнилась с начала 2018 года: если раньше было достаточно 10 000 просмотров канала, то теперь заявка на монетизацию «будет принята, если у вас не меньше 1 000 подписчиков и за последние 12 месяцев вы набрали как минимум 4 000 часов просмотра». Помимо этого, вы ни в коем случае не должны нарушать авторские права.

Одним из самых эффективных способов продвижения является реклама у другого блогера со схожей тематикой. Скорее всего, при создании канала, вы уже знаете своих конкурентов, однако вы также можете воспользоваться биржами рекламы YouTube, где контактируют между собой рекламодатели, желающие размещать рекламу в этой сети, и блогеры, ищущие дополнительные варианты заработка на Youtube³. Данные сервисы предоставляют возможность автоматизированного подбора каналов за счет фильтров для рекламодателей и дает возможность блогерам увидеть сформированное задание от рекламодателей сразу, как только оно появляется на сайте. Кроме того, биржа является гарантом, «когда деньги за рекламное размещение «замораживаются» на счету системы и только после принятия рекламодателем результата работ попадают на счет блогера».

Наиболее популярные ресурсы:

- Famebit,
- Izea,
- Epicstars.

³ Биржа рекламы на Ютуб для рекламы товаров и услуг, EPICSTARS, URL - <https://ru.epicstars.com/birzha-reklamyi-na-youtube/#2>

SEO гласит, что развитие канала немало зависит от правильных заголовков, оформления самого канала, ссылок и, конечно же, контента, который может удержать аудиторию.

Для тех, кому этот путь кажется сложным, он может «накрутить» просмотры и подписчиков на начальном этапе, чтобы привлечь внимание к собственному каналу, однако в любом случае без регулярных выпусков видео канал не будет развиваться.

Какие же существуют сервисы для обмена и покупки просмотров, подписчиков? Покупая просмотры, например, на сайте YTMonster.ru⁴, вы заплатите за один миллион просмотров (40 сек/просмотр) около 85 000 рублей. При этом YouTube платит за один просмотр гораздо меньше, нежели вы отдадите за «накрученный» просмотр, то есть «отбить» потраченную сумму за счет включения монетизации точно не удастся.

Таким образом, мы выделяем несколько способов продвижения своего YouTube канала:

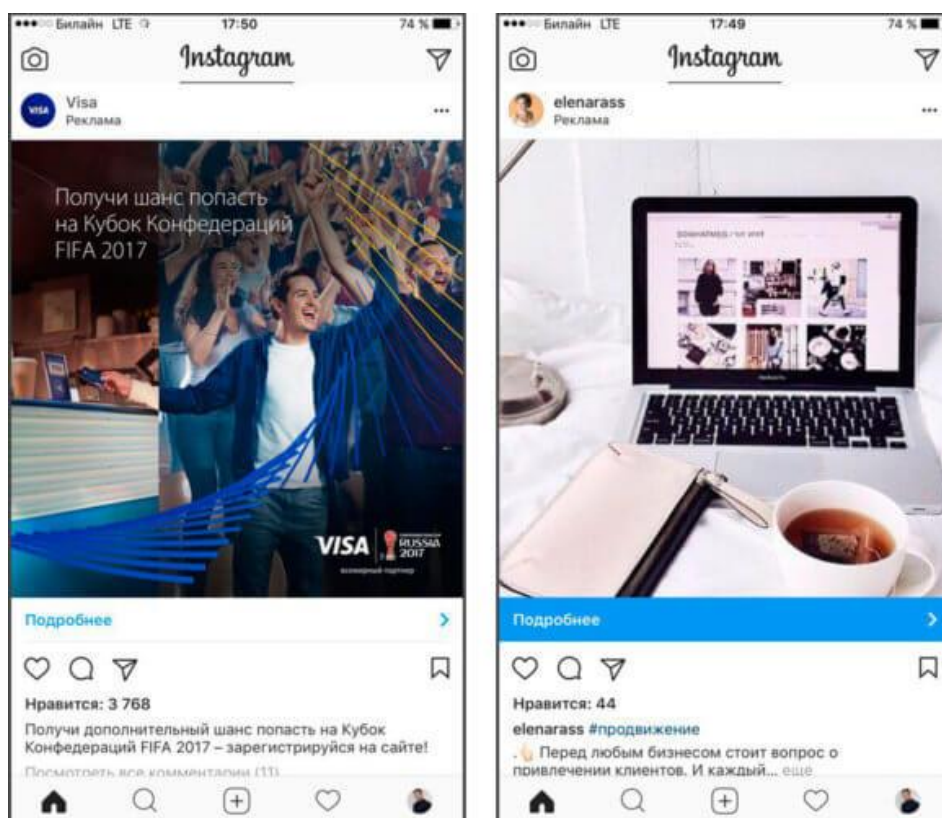
- Таргетированная реклама: дорого; эффективно;
- Блогеры: можно начать не с самых популярных каналов, где цена будет ниже; достаточно эффективно; сложно найти подходящего блогера;
- Накрутка – дорого; неактивные подписчики; имеет смысл только на первом этапе.

⁴ YTMonster.ru, URL - <https://ytmonster.ru>

ИНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ YOUTUBE КАНАЛОВ

Как правило, молодой, начинающий видеоблогер, до прихода на YouTube, имеет достаточно активную жизнь в других социальных сетях – Instagram, Вконтакте, Facebook. И при создании своего канала, естественно, первые зрители – это подписчики из других платформ, что, в принципе, уже неплохо.

Важно оформить свои страницы с указанием новой информации, активной ссылкой на канал и сообщать своим подписчикам о каждом новом выходе. Точно так же, как и на YouTube, можно сделать таргетированную рекламу в Facebook и Instagram, рассказав большему количеству людей о своем канале (рис. 1)



(рис. 1)

Реклама в Facebook и Instagram настраивается одинаково через Facebook, где на одну рекламную компанию можно потратить заранее отведенную (и достаточно скромную) сумму, что выгодно и хватит для хорошего старта.

Контекстная реклама у блогеров на этих площадках также имеет свою актуальность.

Таргетированная реклама Вконтакте, на мой взгляд, менее интересна пользователям YouTube, так как целевая аудитория больше использует Instagram. Однако, реклама в сообществах соответствующей тематики может быть эффективна за счет попадания в целевую аудиторию по интересам, а человек, зашедший в любимую группу, более внимательно относится ко всем записям.

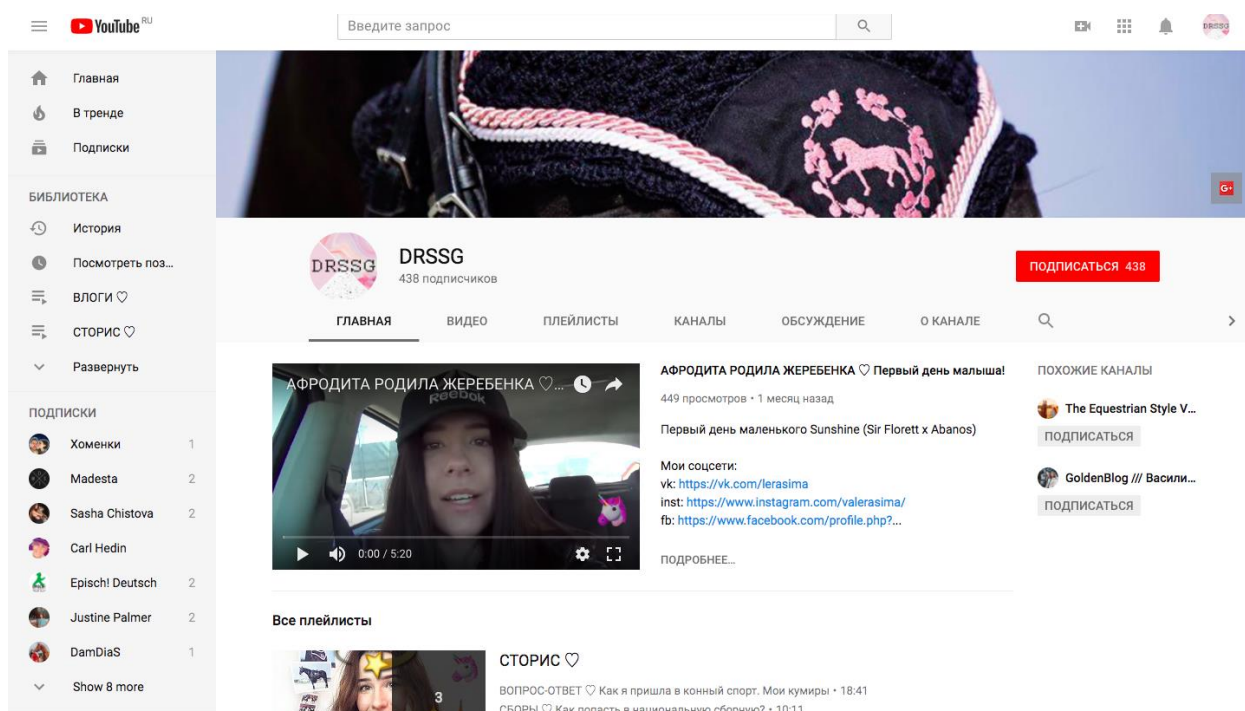
DRSSG

ТЕМАТИКА КАНАЛА DRSSG, ОСОБЕННОСТИ И КОНКУРЕНТЫ

«DRSSG – это конный блог, в котором я позволяю себе делиться собственным опытом – за 10 лет поднакопилось довольно большое количество разнообразных хитростей и просто полезной информации.

¿Почему? Потому что я журналист (да-да, еще не дипломированный, но все-таки журналист), а значит обладаю всеми возможными ресурсами для подачи хорошего контента хорошим людям)

¿Обещаю: лайфхаки, личный опыт, секреты и мотивацию»⁵.



(рис. 2)

Это описание моего собственного YouTube канала, который был создан в декабре 2017 года. За пять месяцев DRSSG (рис. 2) обрел 438 подписчиков и более 13 тыс. просмотров. Название DRSSG – это сокращенное слово dressage, то есть «выездка», чем я и занимаюсь последние 10 лет. Мой канал – это смешение обучающих и развлекательных видеороликов о конном спорте. В

⁵ DRSSG, YouTube, URL - https://www.youtube.com/channel/UCrSAnzfwZQm7oDP0OAslQPQ?view_as=subscriber

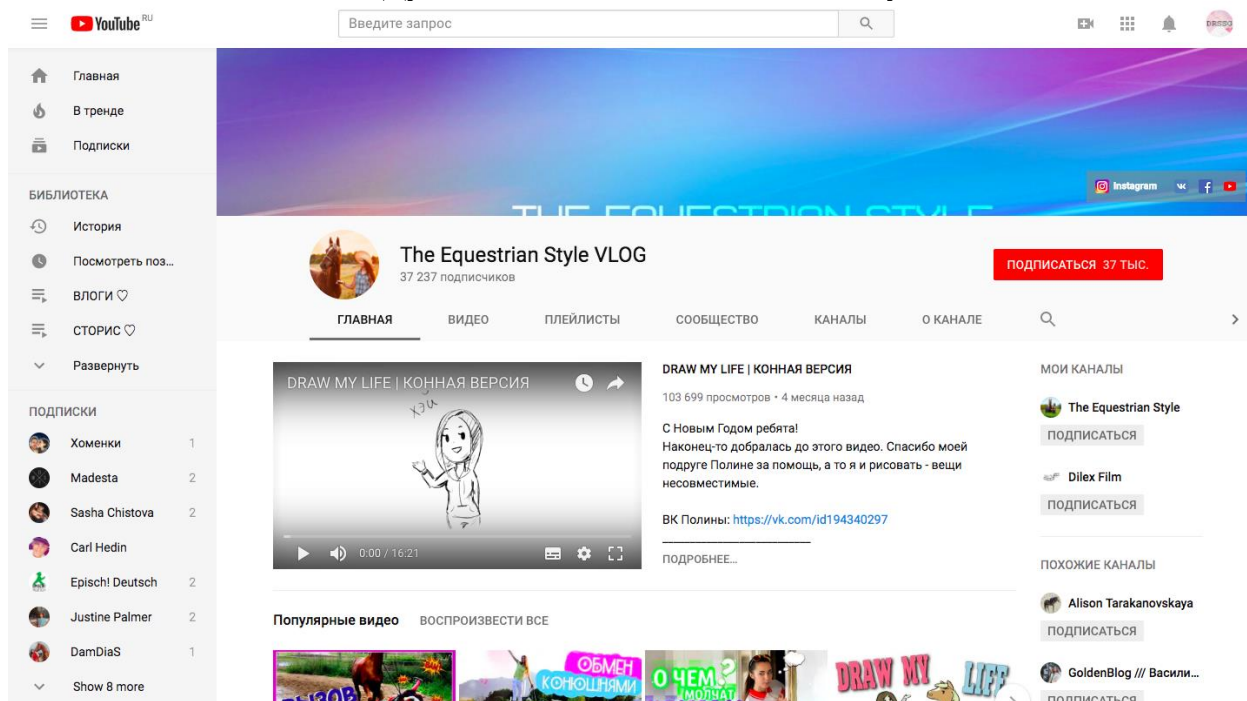
обучающих видео я рассказываю тонкости Высшей Школы Верховой Езды, в развлекательных – показываю свою обычную конную жизнь, где присутствуют и фотосъемки для конных брендов и встречи с другими довольно известными спортсменами.

Точного аналога моего канала в русскоязычном YouTube не существует, зато достаточное количество конных блогеров, которые завоевывают свою аудиторию путем создания развлекательного контента, где нет обучающих моментов, к тому же, данные блогеры не являются профессиональными спортсменами. Западные каналы ушли намного дальше и имеют более значительную аудиторию.

Моими конкурентами среди русскоязычных блогеров являются:

- The Equestrian Style VLOG⁶, 37 170 подписчиков (рис. 3)

«Добро пожаловать на мой конный канал, конный блог, коноблог, называйте как душе угодно :D Меня звать Диана, мне 19 лет. Мою рыжую бестию звать Жибутэ, живем в Эстонии, остальное увидите сами :D Снимаем влоги с нашей жизни, а так же тематические, развлекательные и познавательные видео. Думаю, что не заставим вас скучать»;



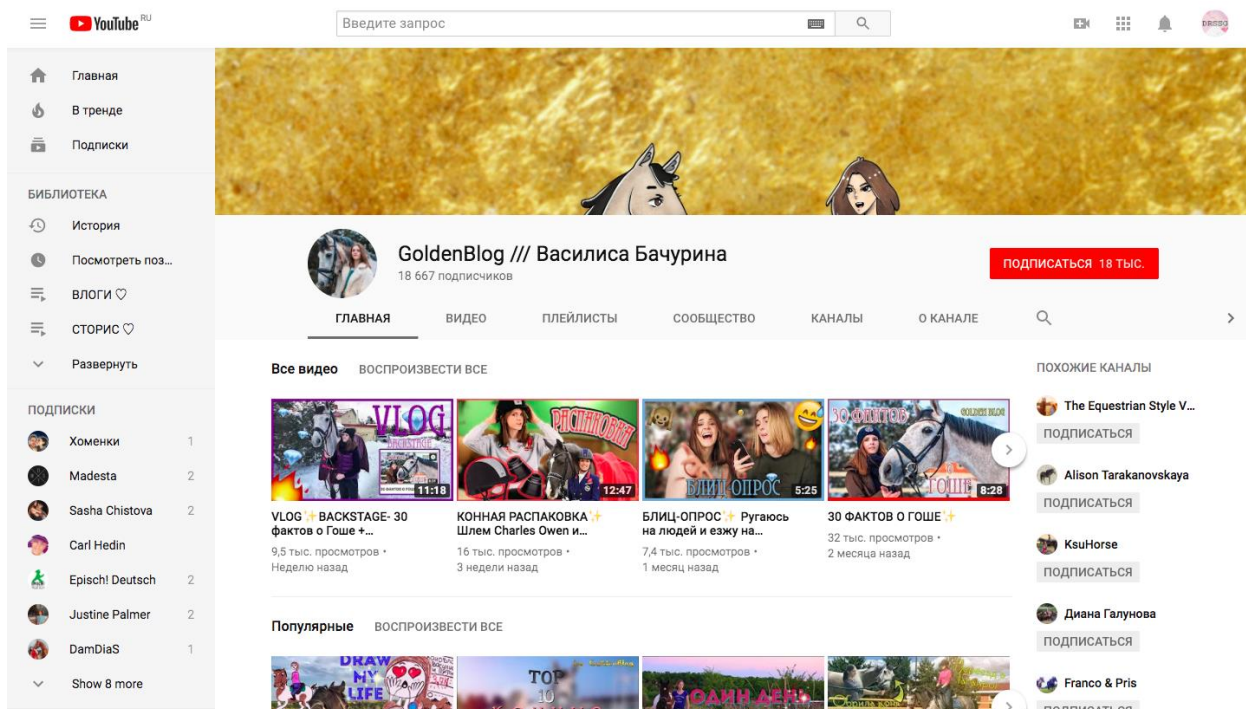
(рис. 3)

- GoldenBlog /// Василиса Бачурина⁷, 18 656 подписчиков (рис. 4)

⁶ The Equestrian Style VLOG, YouTube, URL - <https://www.youtube.com/channel/UCDNuDbZhvHRCpq0dz9SjHvw>

⁷ • GoldenBlog /// Василиса Бачурина, YouTube, URL - <https://www.youtube.com/channel/UCuoVGjqjXshXQPSKqOyMQZg>

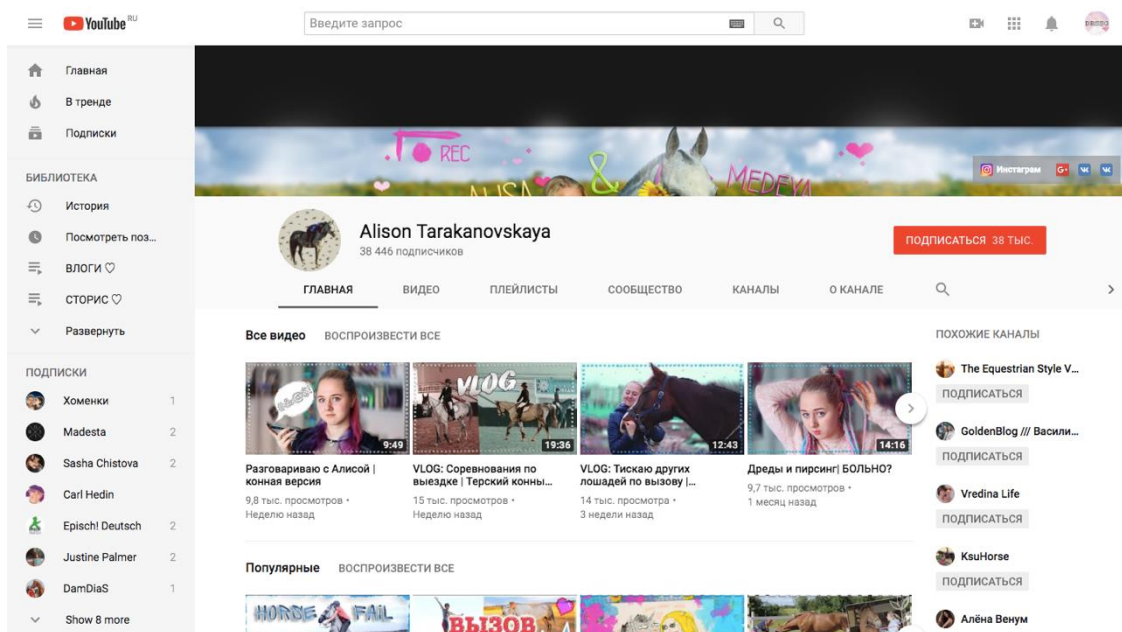
«Здравствуй! Знай, я очень рада, что ты сейчас на моем канале и читаешь это:) Данный канал посвящён конной тематике. Меня зовут Василиса, мне 18 лет, 13 из которых я занимаюсь конным спортом. Моего коня зовут Бьюти Голд (Гоша), ему 4 годика, поэтому, у нас ещё все впереди! Больше увлекательных историй и коротких видео ты сможешь найти в моей группе "GoldenBlog 🐾 Коноблог Василисы и Гоши" А пока, не забудь подписаться 😊🔔 С любовью, твоя Вася ❤️»;



(рис.4)

- Alison Tarakanovskaya⁸, 38 434 подписчика (рис. 5)

Описание отсутствует.



(рис. 5)

⁸ Alison Tarakanovskaya, YouTube, URL - <https://www.youtube.com/channel/UC7UKo0nr1zbryAlewFIYf5A>

Данные каналы я выделяю, как своих конкурентов, в связи с пересекающейся тематикой – это конные блоги, а также из-за превосходства в количестве подписчиков. Все данные каналы имеют собственные группы Вконтакте, а также профили в Instagram, некоторые из которых созданы специально под блог.

Я же остановилась на создании YouTube канала и продвижении личного Instagram аккаунта, через который и анонсирую новые выпуски.

ПРОДВИЖЕНИЕ КАНАЛОВ СО СХОЖЕЙ ТЕМАТИКОЙ, ПЕРВЫЕ ПОПЫТКИ ПРОДВИЖЕНИЯ DRSSG

На мой взгляд, возрастная категория моего канала и каналов моих конкурентов немного отличается – DRSSG имеет чуть более старшую, так как основное направление моего блога развивающее, что интереснее категориям всадников: юноши (14-18), юниоры (18-21) и взрослые (старше 22). В то время, как целевая аудитория конкурирующих блогов – дети (10-14) и юноши (14-18).

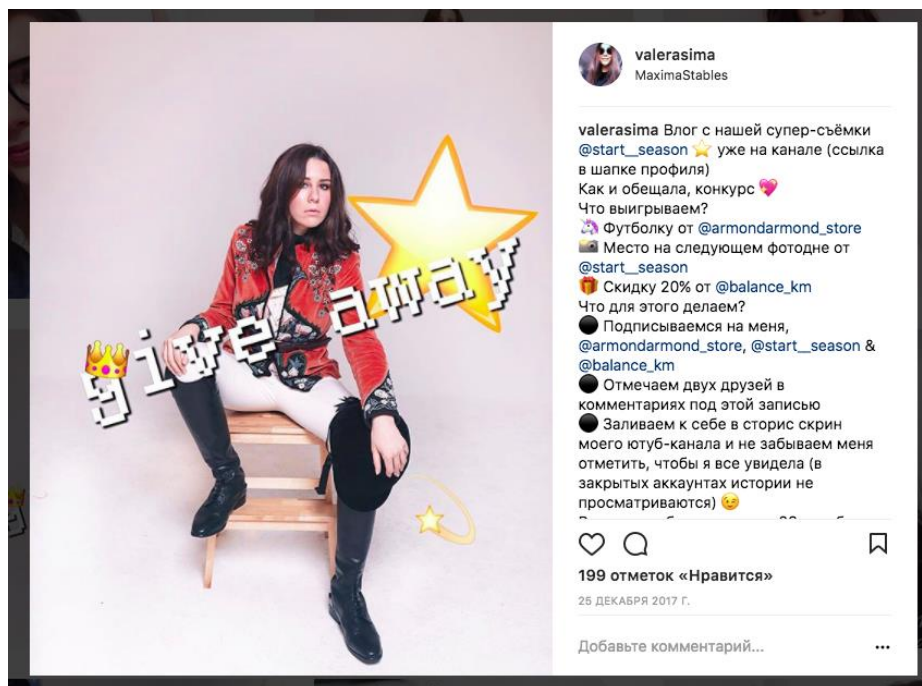
The Equestrian Style VLOG, GoldenBlog и Alison Tarakanovskaya освещаются в сообществе «Коноблогеры»⁹ Вконтакте, где общее число подписчиков 6319 человек. Они ежедневно попадают в ленту новостей, где дублируются практически все публикации блогеров из других социальных сетей. Кроме того, здесь же происходят обсуждения их деятельности.

Моя попытка связаться с данным сообществом и разместить информацию о DRSSG ничем не увенчалась – мне не ответили.

Задав вопросы представленным блогерам, я выяснила, что они не использовали ни один из видов продвижения, о которых было упомянуто в исследовании ранее: ни таргетированную рекламу, ни рекламу у блогеров или в сообществах. Однако, наблюдая за их страницами в Instagram, я отметила, что одним из самых популярных методов расширения собственной аудитории является SFS – shout out for shout out, что означает «упоминание за упоминание». Данный способ продвижения я так же использовала для своего Instagram аккаунта в целях повысить активность на YouTube канале и считаю его достаточно эффективным и привлекательным, так как не требует денежных затрат.

Помимо этого, на своем канале я проводила конкурс совместно с конным брендом, конным магазином и Instagram аккаунтом, который проводит фотодни в соответствующей тематике (рис. 3)

⁹ Коноблогеры, Вконтакте, URL - <https://vk.com/konoblogeri>



(рис. 3)

Данный конкурс принес моему каналу около 50 новых подписчиков.

Также несколько раз я размещала рекламу блога DRSSG в сообществе Вконтакте Dressage Stars¹⁰, аудитория которого является также и моей, так как объединяет спортсменов, интересующихся именно выездкой. Эти рекламные акции принесли каналу в общей сложности еще около 100 подписчиков.

В дальнейшем планирую расширять аудиторию с помощью:

- таргетированной рекламы в инстаграме;
- размещением информации о канале в тематических группах Вконтакте;
- проведения конкурсов на канале;
- и SFS в профиле Инстаграма.

¹⁰ Dressage Stars, Вконтакте, URL - <https://vk.com/dressagestars>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данной работы мы:

1. исследовали методы продвижения YouTube каналов,
2. определили конкурентов узкоспециализированному конному блогу DRSSG
3. выяснили, какие методы продвижения использовали конкуренты;
4. проанализировали эффективность рекламы DRSSG за первые месяцы существования канала.

Конные блогеры в России, как и сам спорт, не пользуются огромной популярностью, однако, и среди них есть свои лидеры. Создавая контент, я ориентируюсь на западные тенденции и надеюсь в ближайшем будущем догнать своих конкурентов по количеству подписчиков на платформе YouTube.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Биржа рекламы на Ютуб для рекламы товаров и услуг, EPICSTARS, URL - <https://ru.epicstars.com/birzha-reklamyi-na-youtube/#2>
2. Видеохостинг YouTube, Russika.ru, URL - <http://www.russika.ru/ef.php?s=5020>
3. Продвижение канала в YouTube, SEO AKADEMY, URL - <https://seo-akademiy.com/baza-znaniy/soczialnyie-signalji/prodvizhenie-video-na-youtube/>
4. SFS в инстаграме: что это, SEMANTICA, URL - <https://semantica.in/blog/sfs-v-instagrame-cto-eto.html>
5. YouTube запустил сервис для просмотра телеканалов в онлайн, Телекритика, URL - <http://ru.telekritika.ua/business/youtube-zapustil-servis-dlya-prosmotra-telekanalov-v-onlaine-668095>
6. YouTube Реклама, URL - https://www.youtube.com/intl/ru_ALL/yt/advertise/