

Hlavný cieľ YT

- ▶ sprostredkovať najvhodnejšie video
- ▶ vhodnému publiku
- ▶ vo vhodnom čase

Za účelom dosiahnutia najlepšieho diváckeho zážitku.

Preto je potrebné k tomuto účelu si prispôbiť aj obsah svojho kanála.



Ako na to ?

V tejto časti vypichneme hlavné body, ktoré v nasledujúcich slideoch rozobereme dopodrobna.

1 **Analýza a úprava predošlého obsahu**

2 **Vytvoriť premyslený scenár videí – začiatok videí musí byť najpútavejší**

3 **Jasne si definujte svoju komunitu**

4 **Vyvarovať sa príliš dlhému obsahu**

5 **Vytvorte kratšie videá, ktoré spojíte do zoznamu**

6 **Vytvorte zaujímavú upútavku kanála**

7 **Nezabúdajte na CTA vo svojich videách**

8 **Nepodceňujte silu miniatúr videí**

Ako na to ?

V tejto časti vypichneme hlavné body, ktoré v nasledujúcich slideoch rozobereme dopodrobna.

9 Pravidelne uverejňujte nové videá

10 Opätovne použite už existujúci najvýkonnejší obsah

11 Zmieňte sa o svojich vidách aj na iných sociálnych sieťach

12 Využite pomoc ďalších známych osobností

13 Pomôžte si s YT Shorts

14 Optimalizujte svoj kanál YouTube pre vyhľadávanie

15 Nebojte sa podporiť videá pomocou reklamy na YouTube

1 Analýza a úprava predošlého obsahu

- ▶ podobrobne si preštudujte svoj kanál a vyhodnotte silné a slabé stránky obsahu
 - ▶ vymažte všetky videá, ktoré nespĺňajú štandard kvality (či už z obsahového alebo technického hľadiska)
 - ▶ urobte rešerš konkurencie a iných kanálov
 - zistite, aké videá sa im uplatnili
 - vypíšte body / časti videa, ktoré vás najviac zaujali
 - porozmýšľajte, ako by ste ich mohli implementovať do vašej tvorby
 - **ALE POZOR!** Namiesto toho, aby ste kopírali nápady, nájdite kreatívnejší spôsob, ako to urobiť lepšie

2 Premyslený scenár

- ▶ Navrhnete vopred osnovu jednotlivých častí videa
 - ▶ snažte sa o vytvorenie scenára, ktorý udržiava pozornosť vášho publika (k tomu je potrebná dôkladná znalosť vášho publika)
 - ▶ pritom dbajte o to, aby začiatok bol čo najzaujímavejším (20% divákov opustí video už po prvých 10 sec)

3 Jasne si definujte svoju komunitu

- ▶ Kto všetko spadá do môjho publika?
- ▶ Čo ich zaujíma?
- ▶ Prečo by sa mali zaujímať práve o môj kanál?
- ▶ Čo bude pre nich prínosom z môjho obsahu?
- ▶ Koľko času sú ochotní a schopní vynaložiť na sledovanie mojich videí?

Ak viem jasne vymedziť svoje publikum a jeho potreby, dokážem lepšie prispôbiť svoj obsah pre účely rastu svojho kanála.

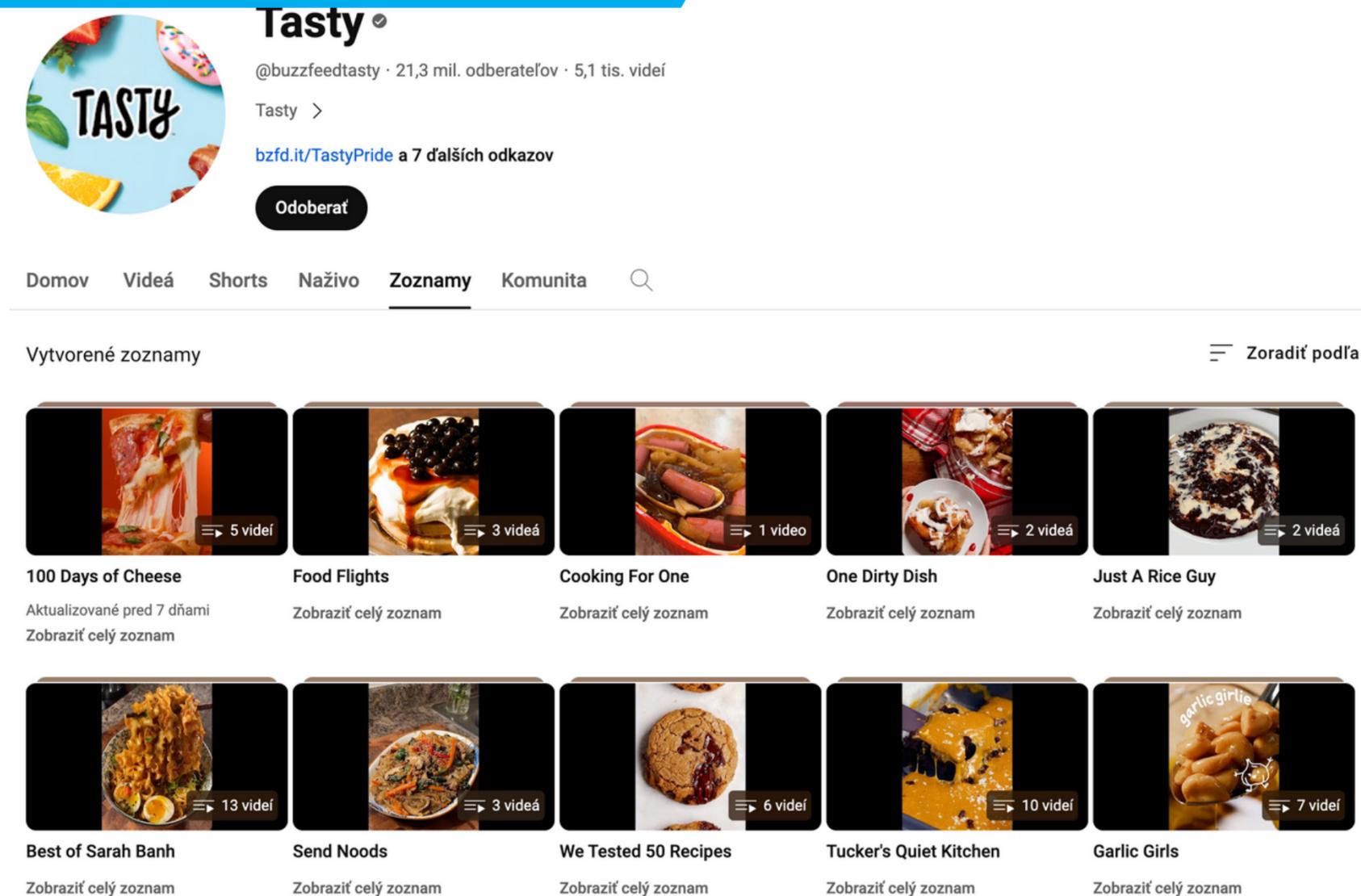
4 Vyvarujte sa príliš dlhému obsahu

- ▶ Aj keď YouTube je platforma primárne navrhnutá pre dlhé videá, diváci majú obmedzené časové možnosti
- ▶ Navyše štúdiá ukazujú, že časom klesá pozornosť diváka – z toho vyplýva, že čím dlhšie je video, tým ťažšie je udržať pozornosť diváka
 - ▶ Ak máte dlhý obsah, pokúste sa o jeho kreatívne skrátenie a vyzdvihnutie tých najdôležitejších aspektov
 - ▶ Alebo môžete skúsiť ďalší bod ...

5 Vytvorte kratšie videá, ktoré spojíte do zoznamu

► Pokiaľ si myslíte, že každá jedna sekunda vášho videa je zaujímavá a pre vašu komunitu nepremeškateľná, váš obsah môžete rozsegmentovať na kratšie videá, ktoré zoskupíte do relevantných zoznamov.

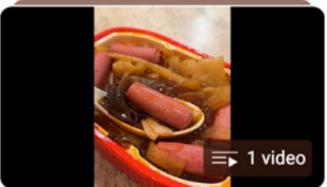
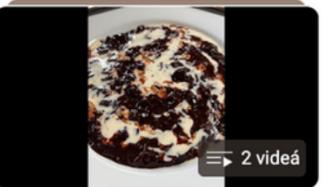
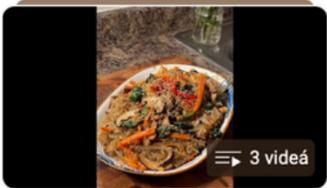
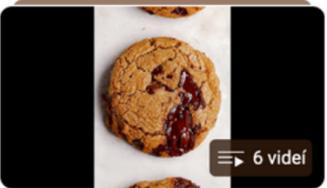
► **Ale pozor!** Rozkúskované časti videa musia aj samostatne obstáť, preto aj tu je dôležitá úprava a zaujímavý scenár.



Tasty 
 @buzzfeedtasty · 21,3 mil. odberateľov · 5,1 tis. videí
 Tasty >
bzfd.it/TastyPride a 7 ďalších odkazov
 Odoberať

Domov Videá Shorts Naživo **Zoznamy** Komunita 🔍

Vytvorené zoznamy ☰ Zoradiť podľa

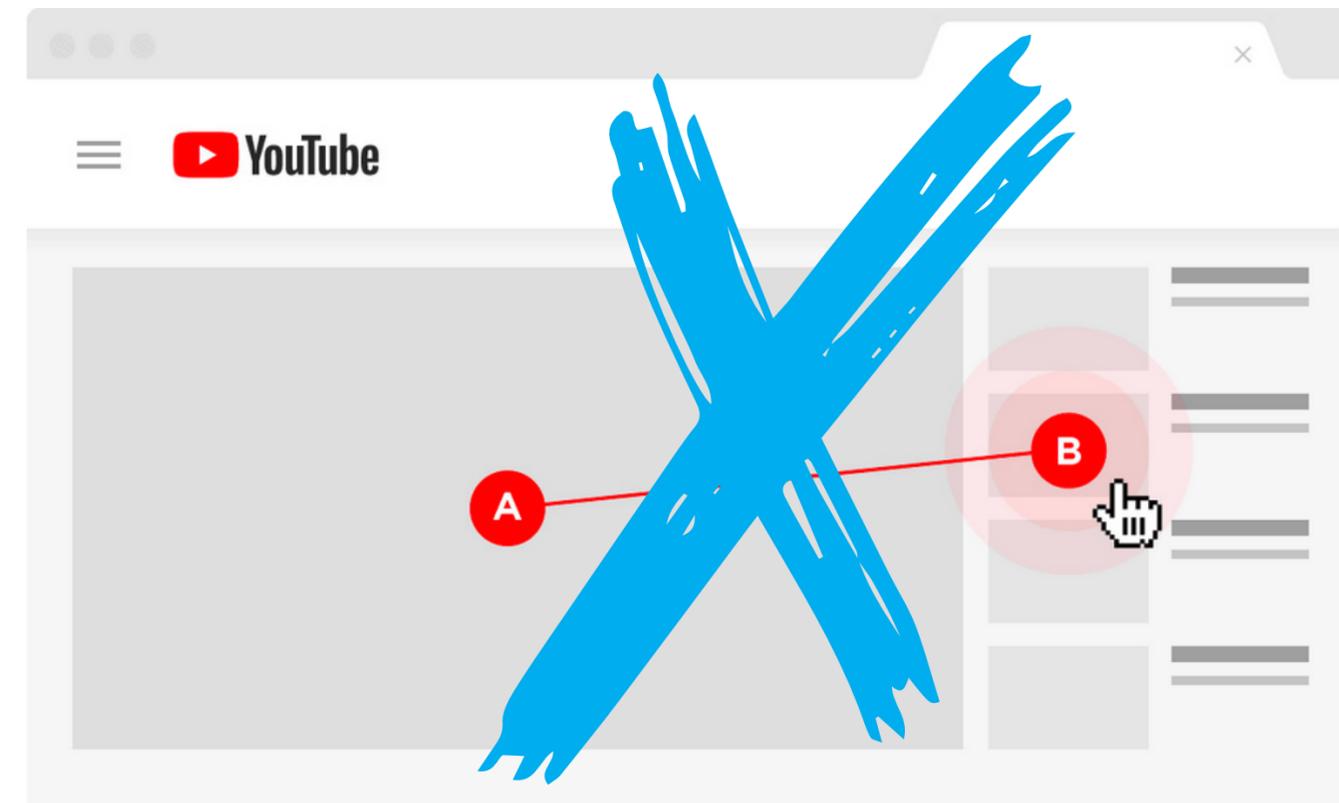
 100 Days of Cheese <small>Aktualizované pred 7 dňami</small> <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Food Flights <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Cooking For One <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 One Dirty Dish <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Just A Rice Guy <small>Zobraziť celý zoznam</small>
 Best of Sarah Banh <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Send Noods <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 We Tested 50 Recipes <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Tucker's Quiet Kitchen <small>Zobraziť celý zoznam</small>	 Garlic Girls <small>Zobraziť celý zoznam</small>

6 Vytvorte zaujímavú upútavku kanála

- ▶ Ide o krátku upútavku, ktorá sa automaticky prehrá, keď návštevník príde na váš YT kanál
- ▶ Je to ideálna príležitosť na budovanie svojej odberateľskej základne (podmienkou však naďalej ostáva, aby váš samotný obsah bol zaujímavý)
- ▶ Z časového hľadiska je to video medzi 30-60 sekúnd.
- ▶ Základné pravidlo upútavky – musí byť krátka, výstižná a mimoriadne zaujímavá

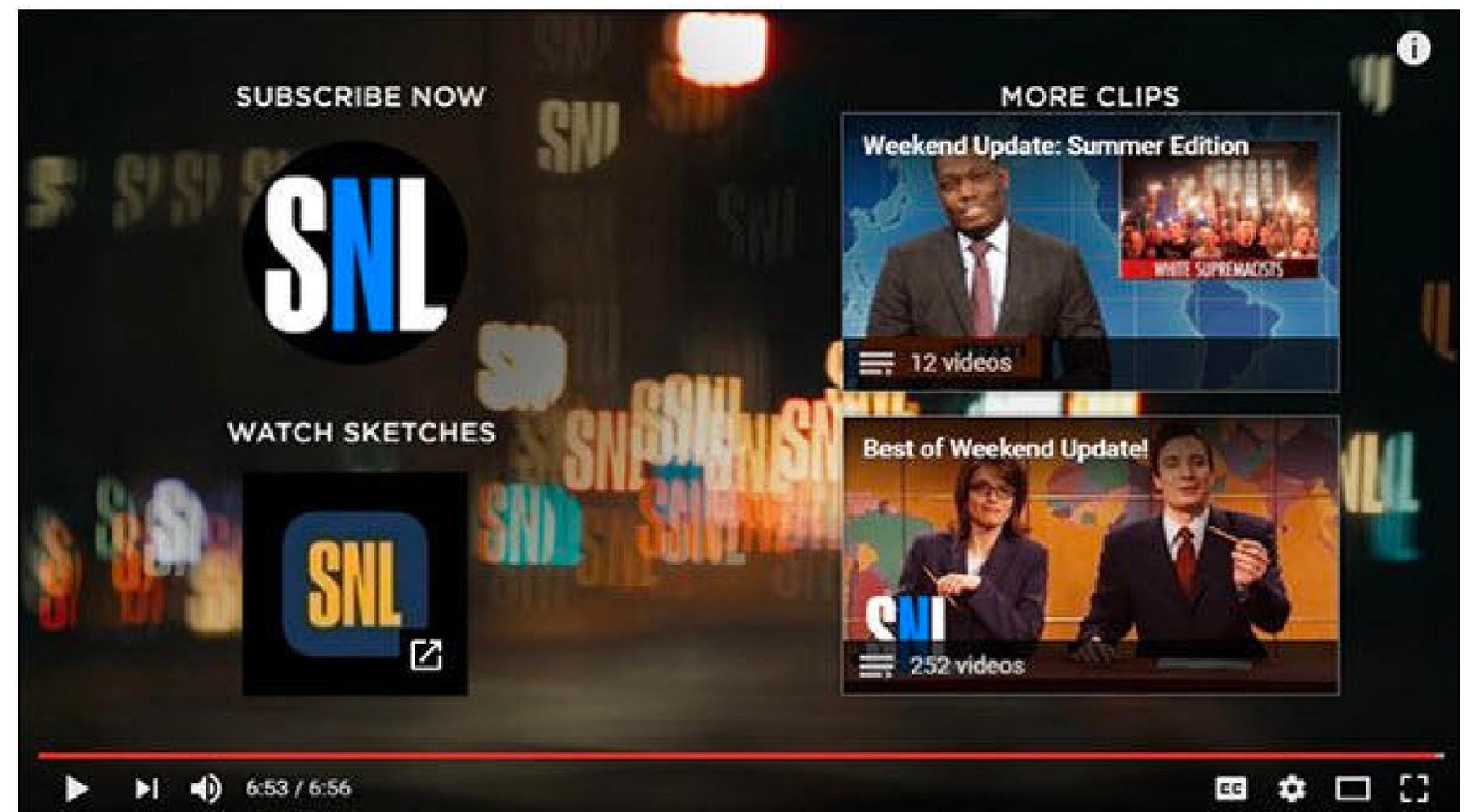
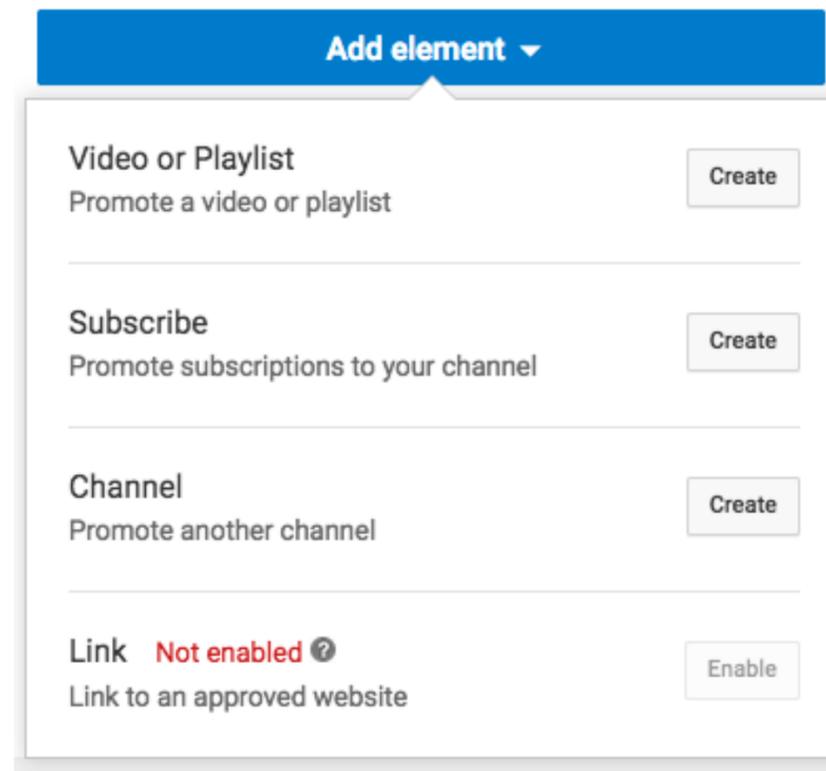
7 Nezabúdajte na CTA vo svojich videách

- ▶ Predídte tomu, aby ľudia opustili vaše videá bez interakcie – povedzte im, čo majú urobiť:
 - ▶ Prihláste sa na odber kanála
 - ▶ Dajte videu palec hore alebo komentár
 - ▶ Pozrite si ďalšie videá
 - ▶ Pozrite si náš ďalší kanál - napríklad podcast
 - ▶ Navštívte internetový obchod

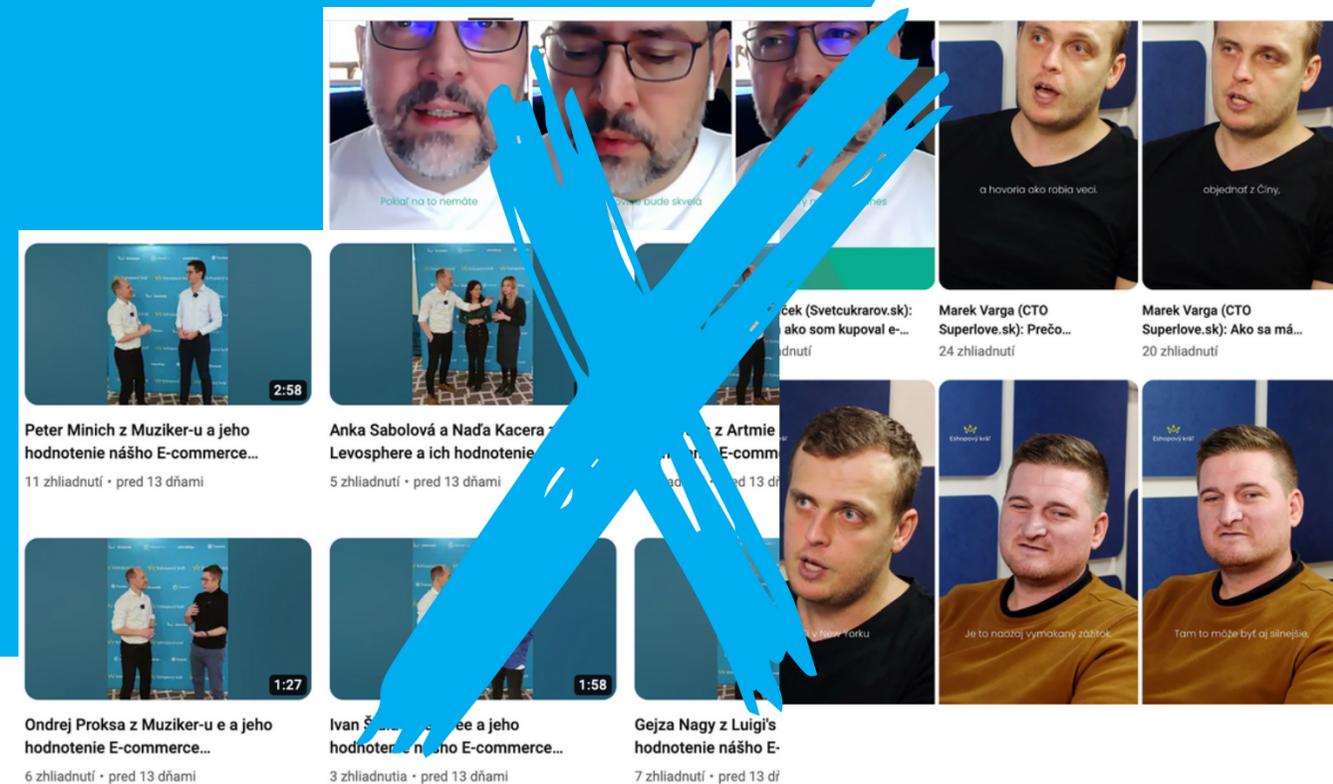


7 Nezapúdajte na CTA vo svojich videách

- ▶ Môžete tak spraviť slovne (počas videa hocikedy)
- ▶ Alebo na záver pomocou end-screenu



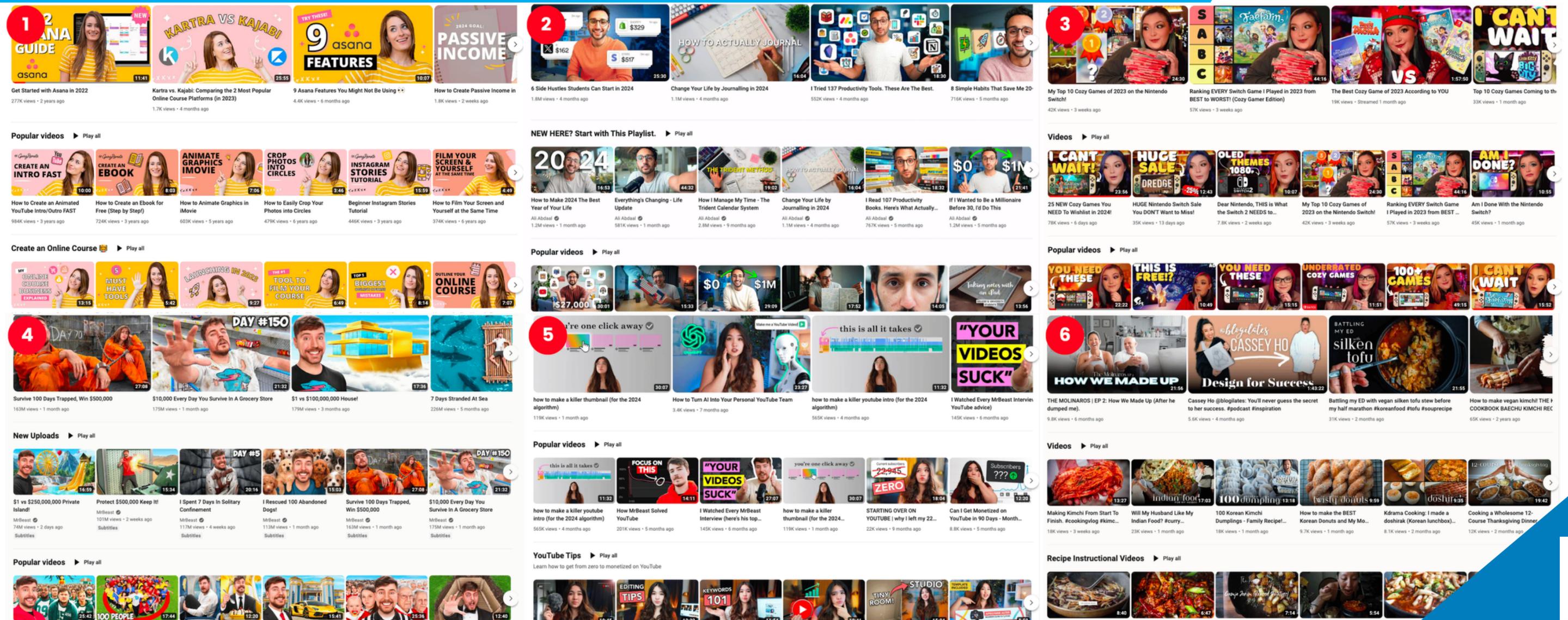
8 Nepodceňujte silu miniatúr videí



- ▶ Miniatúra je prvým bodom stretnutia diváka s videom – dbajte o to, aby zaujala
- ▶ Podľa štúdie – najdôležitejšie faktory na základe najpopulárnejších miniatúr sú:
 - **Tváre:** 72 % najpopulárnejších videí predstavovalo človeka (tie s tvárou mali v priemere o 921 000 zhladnutí viac ako tie bez tváre).
 - **Budovanie značky:** Videá s logom alebo značkou v miniatúre mali v priemere o 1,2 milióna zhladnutí viac ako videá bez.
 - **Text:** 70 % miniatúr najobľúbenejších videí obsahovalo niekde na obrázku názov alebo vysvetľujúci text.
 - **Emócie:** Obsah vyjadrujúci smútok mal najvyšší priemerný počet zhladnutí (2,3 milióna) v porovnaní s radosťou a humorom (1,5 milióna) alebo hnevom a strachom (818 000).
 - **Živosť:** 88 % miniatúr z najpopulárnejších videí bolo farebných a mali v priemere viac zobrazení ako videá s tlmenejšími farbami.

8 Nepodceňujte sílu miniatur videí

Ideální formát miniatur je 1280 x 720 px (16:9)



9 Pravidelne uverejňujte nové videá

► Konzistentnosť je kľúčovým faktorom, pretože odberatelia nezostanú prihlásení na odber:

► ak svoj kanál nikdy neaktualizujete

► ak ho aktualizujete 4-krát za týždeň a potom si urobíte mesačnú prestávku

10 Opätovne použite už existujúci najvýkonnejší obsah

► Ak niečo funguje, prečo z toho nevyťažiť čo najviac?

► Vytvorte z vašich najúspešnejších videí YT Shorts s čím môžete prilákať nových divákov a odoberateľov.

► Za pomoci týchto videí podporte ostatné – napr. odkazujte na ďalšie videá



Everything You Need To Make Cold Process Soap | Royalty Soaps
Royalty Soaps © 902K subscribers
342K views · 3 years ago · The Royal Creative Academy
#TheRoyalCreativeAcademy
So you've always wanted to try soap making but it's too daunting, too expensive, and downright confusing, right? THE DUCHESS OF SUDS TO THE R...more

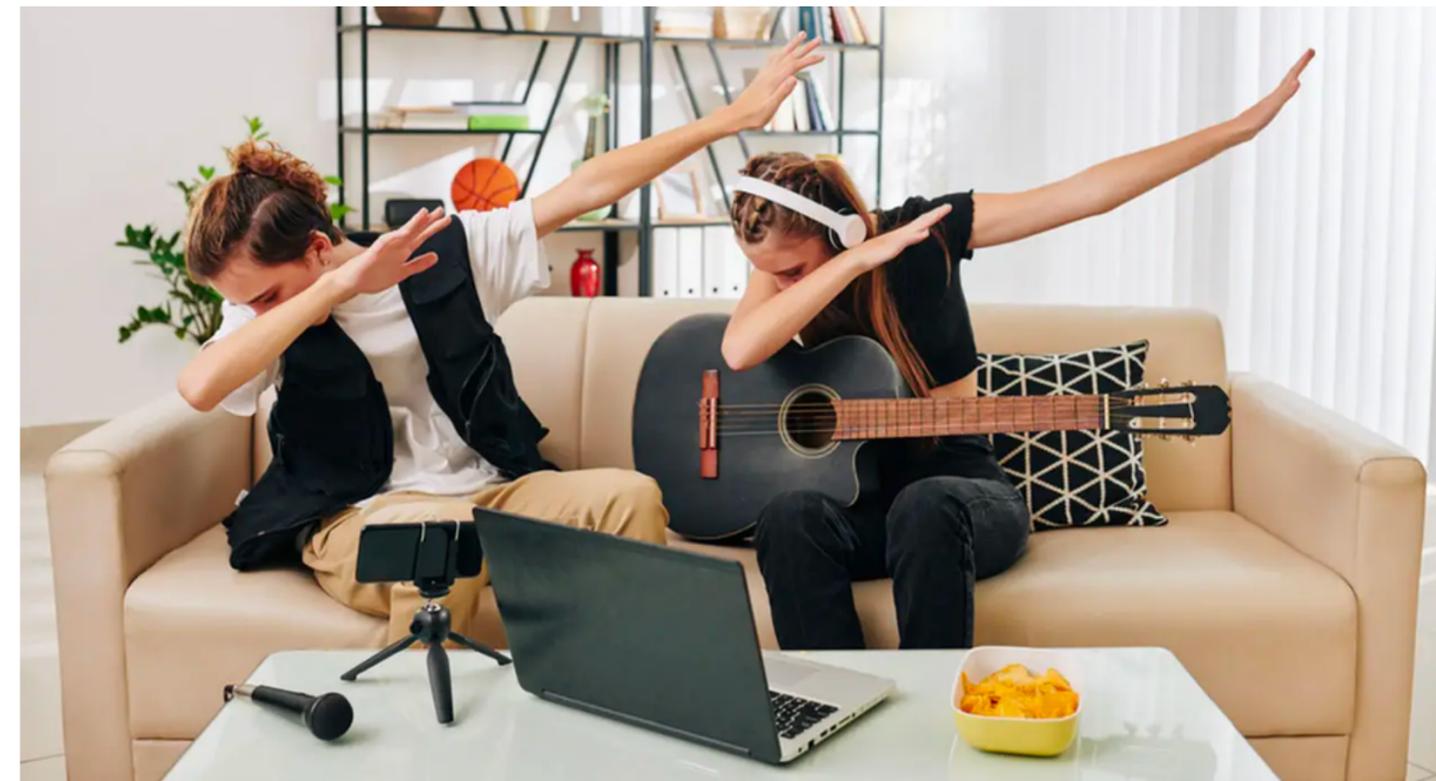
11 Zmieňte sa o svojich videách aj na iných sociálnych sieťach

- ▶ Podporte svoj YT kanál za pomoci FB, IG, LinkedIn a ďalších sociálnych sietí.
- ▶ Dobré je si pritom uvedomiť, že Facebook, LinkedIn a ďalšie sociálne siete chcú ľudí udržať na svojej platforme
(Natívne FB video získava 10x viac zdieľaní ako prezdieľaný YouTube link)
- ▶ Tento problém sa dá obísť zverejnením krátkeho ústrižku vášho videa priamo na sociálnej sieti, pričom ako prvý komentár zverejníte link na video z YT.

<https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2017/03/13/facebook-native-video-gets-10x-more-shares-than-youtube/#48f293e91c66>

12 Využite pomoc ďalších známych osobností/relevantných online komunití

- ▶ Či už formou kolaborácie / prezdieľania videa ich publiku / vzájomné promo partnerov na vytvorenie buzzu okolo vašich kanálov (napr. aj na iných sociálnych sieťach) / zverejnenie videa na stránkach, kde sa vaše cieľové publikum angažuje /a pod.



13

Pomôžte si s YT Shorts

- ▶ Pomôžte ľuďom objaviť váš obsah

- ▶ Vytvorte si upútavku formou YT Shorts, v ktorom budete odkazovať na klasické videá

- ▶ Vyzdvihnite zaujímavosti vášho kanála a vyzvite divákov na prihlásenie sa na odber

14

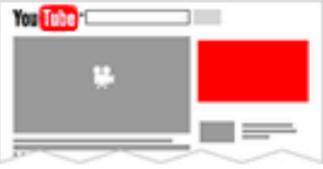
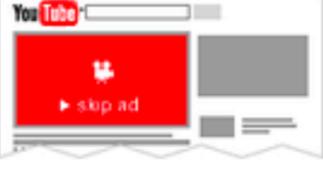
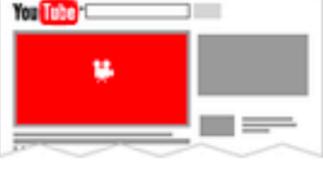
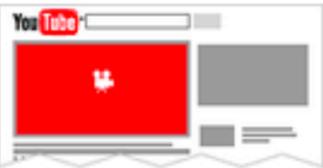
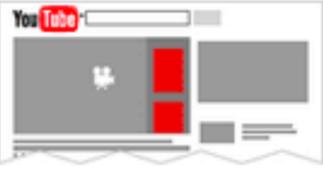
Optimalizujte svoj kanál YouTube pre vyhľadávanie

- ▶ **Vytvorte vyhľadateľné názvy:** zakomponujte do názvu obľúbené kľúčové slová a uistite sa, že váš názov nie je príliš dlhý (cca. 50 znakov)
- ▶ **Pridajte transcript do každého videa:** je to skvelý spôsob, ako sprístupniť vaše videá väčšiemu publiku, a tiež pomáha pri SEO.
- ▶ **Optimalizujte svoje popisy videí:** Urobte z neho pútavý a dobre napísaný popis toho, o čom video je, a použite svoje najdôležitejšie kľúčové slová.
- ▶ **Nezabudnite na meta tagy:** odporúčame vyhľadať obľúbené videá vo vašom segmente a zistiť, aké metaznačky používajú.
- ▶ **Používanie hashtagov YouTube:** dbajte o relevanciu / vyhľadajte trendy vo vašom sektore / inšpirujte sa konkurenciou

15

Nebojte sa podporiť videá pomocou reklamy na YouTube

- ▶ Naďalej však zostáva nemenným pravidlom, že čím zaujímavejšie je video, tým väčšiu šancu má uspieť.
- ▶ Je potrebná znalosť vášho publika (demografia, záujmy) a tiež sa môžu vytvoriť remarketingové publiká
- ▶ Vybrať si správny formát reklamy na základe stanoveného cieľa (čo chceme reklamou dosiahnuť?)

Ad format	Placement	Platform	Specs
Display ads 	Appears to the right of the feature video and above the video suggestions list. For larger players, this ad may appear below the player.	Desktop	300x250 or 300x60
Overlay ads 	Semi-transparent overlay ads that appear on the lower 20% portion of your video.	Desktop	468x60 or 728x90 image ads or text
Skippable video ads 	Skippable video ads allow viewers to skip ads after 5 seconds, if they choose. Inserted before, during, or after the main video.	Desktop, mobile devices, TV, and game consoles	Plays in video player.
Non-skippable video ads and long, non-skippable video ads 	Non-skippable video ads must be watched before your video can be viewed. Long non-skippable video ads may be up to 30 seconds long. These ads can appear before, during, or after the main video.	Desktop and mobile devices	Plays in video player. 15 or 20 seconds in length, depending on regional standards. Long, non-skippable ads can be up to 30 seconds in length.
Bumper ads 	Non-skippable video ads of up to 6 seconds that must be watched before your video can be viewed.	Desktop and mobile devices	Plays in video player, up to 6 seconds long
Sponsored cards 	Sponsored cards display content that may be relevant to your video, such as products featured in the video. Viewers will see a teaser for the card for a few seconds. They can also click the icon in the top right corner of the video to browse the cards.	Desktop and mobile devices	Card sizes vary

Najdôležitejšie je však ...



**Ďalšie zdroje,
kde si
môžete o tom
prečítať viac**

<https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-ways-to-grow-your-youtube-channel-in-2018>

<https://www.shopify.com/blog/how-to-get-more-subscribers-on-youtube#6>

<https://buffer.com/resources/get-more-subscribers-on-youtube/>

<https://backlinko.com/how-to-get-youtube-subscribers#15-end-videos-with-a-strong-cta>

<https://www.simplilearn.com/how-to-increase-youtube-subscribers-article>

<https://www.wordstream.com/blog/ws/how-to-get-subscribers-on-youtube>

<https://videocreators.com/why-your-videos-fail-to-keep-viewers-until-the-end-ep-360/>

<https://www.brafton.com/blog/video-marketing/how-long-should-a-youtube-video-be/>

Ďakujeme za pozornosť

www.vkmarketing.sk

k marketing



Lucia Barcziová
Online Marketing Consultant