Ютубина Сила. YouTube для бизнеса. Как продавать товары и услуги и продвигать бренды с помощью видео

Автор:
Алексей Шулепов

ЮтубинаСила. YouTube для бизнеса. Как продавать товары и услуги и продвигать бренды с помощью видео

Алексей Валерьевич Шулепов

Звезда YouTube

Зарабатывать, не выходя из дома, – мечта миллионов! И она вполне исполнима! Испробовали популярные сервисы Яндекс. Директ и разные виды рекламы, но безрезультатно? Тогда мы идем к вам, потому что продвижение через YouTube – интересно и эффективно! Это книга от создателя каналов, которые уже принесли миллионы рублей и миллионы лайков. Алексей Шулепов – автор и продюсер YouTube-канала для мужчин Be Bigger. А это 175 тысяч подписчиков и 25 миллионов просмотров! Используя рекомендации из книги, вы сможете создать продающий канал, который приведет клиентов и принесет прибыль в любой сфере: дизайн, строительство, организация мероприятий, психология и т. д. В книге нет теории и пространных рассуждений, только точная информация, которая шаг за шагом ведет к нужному результату, – продажи, новые клиенты или продвижение личного бренда. Вы получите: – правильно созданный и оформленный канал YouTube; – советы, которые помогут попасть в топ поиска; – готовые решения для самых распространенных проблем; – работу над ошибкам для тех, кто пока не может раскрутить свой канал. Сделайте свой канал продающим!

Алексей Шулепов

ЮтубинаСила. YouTube для бизнеса. Как продавать товары и услуги и продвигать бренды с помощью видео

Иллюстрации – Ян Донсков

Фото для обложки – Денис Алексеев

Идея названия книги – Никита Челноков

© Шулепов А. В., 2018

© ООО «Издательство АСТ», 2019

Около года назад я задумался, как бы добавить больше мужской аудитории в свой салон. Судьба меня свела с Алексеем Шулеповым. Он предложил возглавить направление мужских стрижек на канале BE BIGGER. Я согласился. Сделали первое видео, второе, одиннадцатое.

Теперь мужчины пишут, звонят с вопросами, записываются на стрижки, а некоторые даже приезжают из других городов. Десятки новых клиентов приходят ежемесячно в салон Custom Cut.

Андрей Дрязгов, парикмахер-стилист youtube.com/BeBigger

Где-то через месяц после того, как видео «Обзор квартиры-студии 34 м

» начало набирать обороты и попадать в рекомендованные, с YouTube-канала пришел первый клиент. Сейчас заявки на дизайн интерьера, приходящие к нам с YouTube-канала, составляют 60 % общего количества заявок. Каждый месяц мы заключаем два договора с людьми, которые сначала посмотрели наши видео. Вот такая статистика.

Павел Герасимов, сооснователь студии дизайна Geometrium youtube.com/Geometrium

Это как новый вид нетворкинга. YouTube-канал открывает для нас двери к тем людям, к которым раньше нам было не с чем прийти. Потому что люди, посмотрев видео, уже понимают – кто мы, что мы собой представляем, сами решают – иметь с нами дело или нет.

Никита Челноков, предприниматель, отельер youtube.com/Отельеры

Кто тут молодец?

Спасибо тебе, что прочитал эту книгу! Обязательно внедряй знания, так как книга за тебя этого не сделает. Если прочитанное уже принесло тебе пользу, присоединяйся к моим благодарностям, ведь книга – это результат совместных трудов разных специалистов.

Спасибо редактору Анне Сватовской! Благодаря ей мои знания и опыт обрели форму книги и теперь доступны каждому, кто не разучился читать в эпоху доминирования видеоконтента. Анна направляла меня на протяжении всего пути, выдержала мой перфекционизм, учла все пожелания и добилась того, чтобы сроки работы были соблюдены и книга отправилась в печать вовремя.

Благодарю своих друзей и экспертов: Екатерину Кононову, Александра Перова и Виктора Пастернака! Я знаю, что вы – люди, по-настоящему увлеченные своим делом и отдающие ему максимум времени. Поэтому я вдвойне благодарен вам, что нашли в своем расписании окно и написали развернутые экспертные комментарии. С ними книга имеет еще большую ценность для читателей.

Спасибо коллеге по YouTube – Александру Касумову! Который, как и я, самостоятельно прошел путь выстраивания своего канала с нуля и поделился своими взглядами на продвижение бизнеса через эту платформу.

Благодарю всех своих клиентов и особенно – Павла Герасимова, Алексея Иванова, Никиту Челнокова и Артура Подребенникова! Результаты ваших YouTube-каналов – отличная демонстрация того, как бизнес встречает своих клиентов на YouTube, а также подтверждение моего профессионализма. Я радуюсь вашим успехам и благодарен за возможность работать вместе.

Спасибо Яну Донскову за иллюстрации к этой книге! Для него это была новая задача, и он с ней отлично справился! Вы ведь смогли отличить изображение парня от девушки в этой книге? Значит, он справился.

И спасибо всем, кто так и иначе поучаствовал в создании этой книги. Я не смогу перечислить всех, я даже не обо всех знаю. Большое вам спасибо!

Как вы получаете клиентов?

Этот вопрос я часто задаю на первой встрече или телефонном разговоре с теми, кто хочет заказать создание YouTube-канала для бизнеса. И время от времени слышу:

– Через Яндекс Директ, – так ответил мне генеральный директор строительной компании Геннадий.

– Сколько вы на это тратите? – уточнил я.

– Мы платим 25 тысяч в месяц компании, которая настраивает контекстную рекламу. Правильно, я говорю, Виктор Андреевич? – обратился он к мужчине, сидевшему за столом позади него.

– Уже тридцатник в месяц! – поправил его коммерческий директор. – Это только за работу и 120 тысяч каждый месяц закидываем в сам Яндекс Директ. И это еще немного. Я слышал, что наши конкуренты из офиса напротив тратят в три раза больше.

– А сколько же клиентов вы получаете, тратя 150 тысяч в месяц? – Я продолжал задавать вопросы. Эти люди пригласили меня к себе в офис, чтобы узнать о возможности привлечения клиентов через YouTube. И я спрашивал не просто из любопытства.

– В прошлом месяце у нас было 63 заявки. Из них 8 заказали у нас ремонт под ключ.

– То есть один клиент вам обходится в…

– 18 750 рублей.

– А чтобы их количество росло или хотя бы оставалось на том же уровне – нужно постоянно кормить Яндекс Директ?

– Да. А что можете предложить вы?

Чем закончился этот разговор, я расскажу позже, а сейчас хочу показать другой подход.

Аналогичные вопросы я задал Александру Касумову – владельцу строительной компании «СВ-Фундамент» и автору YouTube-канала «Строй и Живи».

– Откуда вы получаете клиентов на строительство домов?

– 100 % с YouTube.

– Как вы пришли к тому, что YouTube стал для вас рекламной площадкой?

– Посмотрел на других предпринимателей на YouTube.

– Сколько вы тратите на производство видео и их продвижение в месяц?

– На производство – 70 тысяч рублей (зарплата видеографа), на продвижение – 0 рублей.

– А новичок, который захочет создать канал по этой же или схожей тематике, сможет продвигаться с такими же вложениями или на старте потребуется значительно больше?

– Сможет. У меня на старте была только камера за 12 000 рублей и видеограф с зарплатой в 35 тысяч.

– Какие еще инструменты/площадки для привлечения клиентов вы используете?

– Никаких, хотя стали развивать группу в ВК и Инстаграм, но там, как правило, наши поклонники с YouTube.

– Что думаете про Яндекс Директ и привлечение клиентов через этот инструмент?

– Я давно уже бросил платить Яндексу и бороться за место под солнцем, повышая рекламные бюджеты и снижая стоимость своих услуг, чтобы выиграть тендер у ищущих похожие услуги в Яндексе. Через полгода после начала работы над каналом я получил первый заказ на строительство дома. Это было зимой, в декабре 2015 года (нужно учесть, что зима – это самая плохая и глухая пора для строителей). Дальше все пошло как по маслу. Уже весной 2016 года у меня трудились три бригады над строительством трех параллельных домов, осенью 2016-го их стало пять, и так же, не снижая темпа, мы прожили всю зиму. То есть строили примерно по пять домов в месяц. Весной 2017 года бригад стало десять, осенью того же года – двадцать. Весной 2018 года количество бригад достигло тридцати и остановилось. Примерно с такой же скоростью рос мой проектный отдел. Ведь все эти дома разные, и их нужно проектировать. Сейчас проектный отдел насчитывает 35 проектировщиков. Это по Питеру. Весной 2016 года я открыл два представительства в Москве (YouTube смотрит вся РФ, но не только поэтому), летом открыл в Киеве. Далее Казань, Иркутск, Краснодар, Ростов, Чебоксары, Челябинск, Ростов-на-Дону, Вологда, Петрозаводск и так далее.

Вся прелесть YouTube-канала для бизнеса – возможность подачи рекламы сразу везде, где смотрят YouTube и говорят на русском языке. Если подключить субтитры, то можно и не ограничиваться русскоязычной аудиторией. У меня много заявок из Латвии, охвачены почти все европейские страны, Монголия, Куба, Индия. Это что касается именно заказов. А по заявкам (их принято называть лидами) у меня зафиксирован рекорд прошлым летом – 70 заявок на

строительство домов в день!

* * *

Итак, преимущества YouTube для продвижения бизнеса перед другими ресурсами на сегодняшний день очевидны, и самое главное из них – равные возможности для всех. Не имея огромного стартового капитала, но имея идеи, голову и руки, вооружившись доступной техникой для создания видео и толковым руководством, например этой книгой, вы можете выйти со своими предложениями на большой рынок, донести информацию о своей компании до всех, кто говорит с вами на одном языке. Даже если в вашей нише высокая конкуренция – YouTube дает возможность каждому заявить о себе с помощью оригинальной подачи материала, запоминающегося образа и экспертности и уникального подхода к решению профессиональных задач. И – что не менее важно – работа по созданию канала на YouTube – это творческая деятельность, овладеть которой под силу каждому, если у вас достаточно времени и терпения!

К сожалению, консервативно настроенного генерального директора убедить в преимуществах продвижения при помощи YouTube-канала мне не удалось. И очень жаль, потому что, в то время как бизнесы моих клиентов стремительно наращивают обороты, строительная компания, не желавшая меняться и играть по новым правилам, медленно угасает.

А вместе с ней сотни таких же бизнесов, которые делают упор не на уникальное торговое предложение, не на качество товаров и услуг и не на харизму лидера компании, а на гонку рекламных бюджетов.

Если вы тоже все еще сомневаетесь в эффективности YouTube-канала для привлечения клиентов, то читайте дальше. Эта книга изменит ваши представления о продвижении и продажах в Интернете.

Но это не точно!

Эту фразу часто использует Big Russian Boss – известный на YouTube персонаж, в шоу которого много юмора. Часто не очень хорошего. Вот и я хочу, чтобы вы относились к этой книге всерьез, но в меру. Мне важно, чтобы вы понимали, что я обычный человек, у которого получилось достичь некоторых результатов

на YouTube. Я готов поделиться с вами свои опытом и хочу, чтобы эту книгу вы воспринимали и усваивали легко, как разговор один на один. Поэтому давайте знакомиться!

Привет!

Меня зовут Алексей Шулепов! Я автор канала youtube.com/BeBigger и YouTube-продюсер. Я любил смотреть видео на YouTube еще с тех времен, когда на этой площадке никто не продвигал бизнес, да и блогеров в русскоязычном сегменте особенно не было. Примерно в 2008 году. Самыми популярными были видеоподборки со всевозможными падениями и забавными котами.

Позже появились блогеры, разные форматы и стили подачи материала. Снимали видео низкого качества на дешевые камеры. Российские блогеры копировали идеи у западных, а я только смотрел и ничего не предпринимал. Мне нравилось смотреть видео на YouTube и хотелось сделать что-то свое, но я боялся. Возможно, как и вы сейчас. Боялся ошибиться, не хотел повторять за кем-то и быть вторичным.

И еще я не хотел быть блогером. Не хотел быть «говорящей головой». Если уж начинать свой канал, то нести через него людям пользу – так я считал. Отчасти был прав, отчасти – нет.

В 2015 году я узнал о существовании научно-популярной конференции TED, на которой ученые, писатели, спортсмены и бизнесмены в формате живых двадцатиминутных выступлений делятся интересными идеями, способными изменить мир. Эти выступления переводятся на разные языки и выкладываются на YouTube. Именно на YouTube я их и увидел. И вдохновился. Я захотел свой канал, похожий на канал TED. Попросил своих друзей придумать идеи для «полезных» видео, снимал их на камеру, монтировал и выкладывал на канал. Только вот среди моих друзей в тот момент не было выдающихся ученых, спортсменов и бизнесменов. И я все время находился в поиске идей, которые бы сделали мой канал полезным для аудитории и популярным.

Уже тогда, в 2015 году канал назывался Be Bigger. Я хотел дать людям идеи, которые помогали бы им расти, развиваться и в каком-то смысле становиться

больше. Название канала придумала моя жена, на тот момент – моя девушка.

И вот, практически одновременно я познакомился с девушкой – тренером по сексу и парнем – мужским стилистом. Эти знакомства натолкнули меня на мысль сузить тематику канала. Сделать его полезным для конкретной аудитории. Снимать полезные видео о сексе, отношениях и стиле для мужчин от 20 до 35 лет. То есть сделать видеоканал – альтернативу мужским глянцевым журналам.

Так начался Be Bigger в том виде, в котором он существует и по сей день. Только теперь на канале 175 тысяч подписчиков и 25 миллионов просмотров. Когда вы зайдете на канал, чтобы проверить мои слова, то эти числа, скорее всего, будут уже больше. Это органический рост. Как его добиться, я расскажу в этой книге.

Да, я мог бы украсить эту историю большим количеством подробностей и деталей. Но я помню, что книга не обо мне, а о том, как вам продвигать бизнес с помощью видео на YouTube. Да и как об этом не помнить, когда есть строгий редактор, удаляющий целые абзацы, которые я писал ночами напролет. Шутка! Редактор – замечательный, просто я хочу, чтобы вы помнили, что юмор – штука важная, в том числе и для YouTube.

Итак, к бизнесу! То есть к делу.

Как видите, я изначально не хотел быть блогером и продвигал экспертность и персональный бренд других людей. Я проверял за ними тексты перед съемками, поправлял их речь и подачу во время съемок и при монтаже. Сам того не осознавая, я становился продюсером – человеком, который отвечает за проект в целом, за каждую его деталь в отдельности, и самое главное – за то, как аудитория будет воспринимать человека в кадре.

Я продвигал тренеров по сексу и отношениям, психологов, стилистов и парикмахеров – людей, которые работали сами на себя. Другими словами, создавая канал Be Bigger, я помогал предпринимателям продавать их услуги через YouTube.

Это сейчас мне легко сформулировать в два предложения то, чем я занимаюсь. Но осознал я это только в 2017 году, когда каналу Be Bigger стукнуло два года и он преодолел рубеж в 100 тысяч подписчиков.

Когда я понял, что обладаю достаточными знаниями, подкрепленными практикой и опытом, для продвижения бизнеса на YouTube, то написал об этом в социальных сетях – начал работу уже над своим личным брендом.

Теперь среди моих успешных проектов есть каналы, через которые продаются услуги по дизайну интерьера и отделке квартир, создание отелей под ключ, оборудование для майнинга из Китая и дизайнерская мебель из России, услуги по организации свадеб и других праздников.

Продавать через YouTube можно все, ну или почти все. Я убедился в этом, когда мои клиенты – канал youtube.com/Отельеры – продали мини-отель стоимостью 20 млн рублей. И все это благодаря качественному видео, интересному контенту и грамотному продвижению.

Кому стоит читать и зачем?

В этой книге я собрал и упорядочил знания, которые получил, создавая и развивая свой канал. Знания, которые прошли проверку временем и подтвердили свою эффективность на других каналах, которые я продюсировал. Как в пошаговой инструкции, сдобренной примерами из личного опыта, я проведу вас от идеи, записанной на салфетке или в блокноте, до запуска канала. YouTube-канала, который будет продвигать вас и ваш бизнес, продавать товары или услуги и приносить деньги.

Время от времени YouTube, как и другие социальные сети и IT-проекты, обновляется. Что-то изменяется сильно, что-то слегка. Где-то происходят лишь косметические перемены, а где-то перекраиваются алгоритмы, влияющие на работу всего сервиса.

Пусть эти перемены вас не беспокоят. В книге описаны самые важные инструменты, необходимые при создании и продвижении видео, которые помогут продавать как недорогие товары из Китая, так и недвижимость для жизни или бизнеса. Инструменты, которые будут работать и через десять лет. Уверен, потому что ходил к гадалке.

Эта книга для тех, кто…

Только присматривается к YouTube как к рекламной площадке для своего бизнеса. Я помогу вам разобраться с сомнениями и решить: стоит ли начинать.

Для тех, кто уже на низком старте: куплена камера или нанят видеограф, а в заметках смартфона есть идеи для первых видео. Подскажу, как правильно рвануть со старта и, не допустив распространенных ошибок, обогнать конкурентов.

Уже запустил свой канал и успел опустить руки, так как не получил желаемых результатов. Для вас целый раздел книги посвящен работе над ошибками. Это в конце. Но я рекомендую читать с самого начала, так вы сами сможете увидеть свои ошибки и не повторите их в будущем.

Чтобы информация была более полной, разносторонней и подкрепленной опытом других людей, я решил сделать в книге то, что является общепринятой практикой на YouTube – коллаборации.[1 - На YouTube коллаборацией называют сотрудничество блогеров, съемки совместного видео для взаимного продвижения.]

Поэтому кроме текста, написанного мной, вы встретите мнения экспертов по личному бренду, публичным выступлениям и интеллектуальному праву и, конечно, комментарии от предпринимателей, для которых YouTube-канал уже стал бизнес-инструментом.

Сила YouTube

Впервые я изложил свой опыт и знания по продвижению бизнеса на YouTube в видеокурсе – «Ютубина сила».

Мне было важно донести, что YouTube – это не хранилище видео, а социальная сеть со своими фишками и особенностями, которая в умелых руках может стать

мощным инструментом продвижения личного бренда и продажи товаров и услуг. И для начала стоит познакомиться с сильными сторонами YouTube.

Чем YouTube отличается от других соцсетей?

Москвичи сидят на Facebook, а петербуржцы – ВКонтакте.

Я не знаю, почему так сложилось, но сложилось ведь, есть какая-то разница в менталитете людей, в самих социальных сетях, раз, так или иначе, они притягивают определенную аудиторию и накладывают некий отпечаток на людей, которые в этих соцсетях обитают и продвигаются через них в том числе. Очевидно, что на Facebook работает одно, Вконтакте работает другое. А вот Одноклассники ассоциируются у большинства из нас с социальной сетью для людей постарше. И конечно, прежде чем осваивать YouTube, нужно составить себе представление о нем.

Честность – лучшая политика

Для начала я хочу задать вам простой вопрос. Ответьте на него быстро, первое, что придет в голову. С чем у вас ассоциируется Instagram? Мою ассоциацию можете увидеть на картинке (см. рис. 1).

Красивые полуобнаженные девушки с большими губами, стильные парни и качки, дорогие машины, дорогие отели и шикарные пляжи. Не жизнь, а ожившая мечта, сошедшая со страниц глянцевых журналов и дорогих рекламных роликов.

Когда я захожу в Instagram, у меня складывается ощущение, что это такой островок идеальной жизни в нашем мире. Возможно, после смерти люди попадают в Instagram. Лично я был бы не против!

Рис. 1. Ассоциации Instagram

Конечно, это достаточно субъективное восприятие, хотя когда я показываю этот слайд на своих выступлениях, то большая часть аудитории согласна с моими ассоциациями. И тот срез YouTube, с которым я вас познакомлю, – тоже мой личный взгляд на вещи, который может совпасть с вашим, а может отличаться.

У разных возрастных категорий, у людей с разными вкусами и взглядами, будет свое представление, но тем не менее все-таки в Instagram правит красивая картинка. Неважно, как говорит эта красивая девушка, интересно ли с ней, главное то, как выглядят ее губы, фигура и на сколько откровенный купальник на ней сегодня. YouTube – это другая платформа. Здесь люди снимают себя на видео – видно и их лицо без ретуши в фотошопе, слышен голос, и можно получить более полное представление о том, как они говорят и как выглядят.

Конец ознакомительного фрагмента.

notes

Примечания

1

На YouTube коллаборацией называют сотрудничество блогеров, съемки совместного видео для взаимного продвижения.

Купить: https://tellnovel.com/shulepov_aleksey/yutubina-sila-youtube-dlya-biznesa-kak-prodavat-tovary-i-uslugi-i-prodvigat-brendy-s-pomosch-yu-video

надано
Прочитайте цю книгу цілком, купивши повну легальну версію: Купити