

رازهای موفقیت در یوتیوب

نویسندگان: شان کانل و بنجی تراویس
راهنمای جامع برای رشد تعداد سابسکرایبر و پول در
آوردن به عنوان اینفلوئنسر

مترجم: محمد مرادی محمودآبادی

انتشارات منوچهری

سرشناسه	کانل، شون
عنوان و نام پدیدآور	Cannell, Sean
مشخصات نشر	رازهای موفقیت در یوتیوب: راهنمای جامع برای رشد تعداد مابینگرایبر و پول در آوردن به عنوان اینفلوئنسر/ نویسندگان شان کانل، بنجی تراویس؛ ترجمه محمد مرادی محمودآبادی.
مشخصات ظاهری	تهران: انتشارات منوچهری، ۱۴۰۱.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۵۸۶۲-۰۱-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیفا
یادداشت	عنوان اصلی: YouTube secrets: The ultimate guide to growing your following and making money as a video influencer, 2018
یادداشت	کتاب حاضر با عنوان "رازهای یوتیوب: راهنمایی‌های تأثیرگذار برای افزایش تعداد مشترکان و بازدهی خود به عنوان یک فعال مجازی در یوتیوب" با ترجمه مرتضی یازی توسط انتشارات دیدبان قلم فرتاک در سال ۱۴۰۰ فیفا گرفته است.
عنوان دیگر	راهنمای جامع برای رشد تعداد مابینگرایبر و پول در آوردن به عنوان اینفلوئنسر.
عنوان دیگر	رازهای یوتیوب: راهنمایی‌های تأثیرگذار برای افزایش تعداد مشترکان و بازدهی خود به عنوان یک فعال مجازی در یوتیوب.
موضوع	یوتیوب (منبع الکترونیکی)
موضوع	(YouTube (Electronic resource
	رسانه‌های اجتماعی -- بازارهای Social media - Marketing - رسانه‌های گروهی - مخاطبان
	Mass media -- Audiences
شناسه افزوده	تراویس، بنجی
شناسه افزوده	Travis, Benji
شناسه افزوده	مرادی محمودآبادی، محمد، ۱۳۷۷-، مترجم
رده بندی کنگره	HM۸۵۱
رده بندی دیویی	۴۸۳۲/۳۰۲
شماره کتابشناسی ملی	۴۸۴۸۰۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیفا



www.ketab.ir

عنوان: رازهای موفقیت در یوتیوب
نویسندگان: شان کانل و بنجی تراویس

مترجم: محمد مرادی محمودآبادی

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۱

ناشر: انتشارات منوچهری

تیراژ: ۲۰۰ جلد

چاپ: سورنا

قیمت: ۶۰۰۰۰ تومان

آدرس: خ جمهوری شرقی، بعد از باغ سپه سالار، جنب کوچه مظفری،

پلاک ۱۰۹ - تلفن: ۳۳۱۱۶۲۱۸

مقدمه

وقتی اکثر مردم به یوتیوب فکر می‌کنند، هنوز هم ویدیوهای گربه، میم‌های وایرال و ویدیوهای خانگی به ذهنشان می‌رسد. در حقیقت، یک جامعه مخفی از افراد در یوتیوب وجود دارد که خلاقیت خود را به حرفه تبدیل می‌کنند، دنبال کنندگان زیادی جمع می‌کنند و زندگی‌ای با قوانین و شرایط خود ایجاد می‌کنند.

CNBC^(۱) اخیراً داستان کارینا گارسیا، معروف به ملکه اسلایم اینترنت را به اشتراک گذاشته است. در کمتر از سه سال، این دختر بیست و سه ساله سرگرمی پاره‌وقت خود را با بست کردن ویدیوهای «خودت انجام بده» (DIY) اسلایم به یک شغل تمام وقت تبدیل کرده و از شغل پیشخدمتی به درآمد میلیونی رسید. در حالی که داستان او ممکن بود یک دهه پیش دیوانه کننده به نظر برسد، اما روز به روز رایج‌تر می‌شود.

در سال ۲۰۱۲، طبق مقاله‌ای در Adweek.com^(۲)، هزاران نفر از کانال‌های یوتیوب خود تنها از طریق تبلیغات، درآمد شش رقمی کسب می‌کردند، اما YouTube Creator Blog^(۳) به تازگی فاش کرد که تعداد کانال‌هایی که درآمد شش رقمی دارند، ۴۰ درصد افزایش یافته است. سال به سال تخمین‌های محافظه‌کارانه ما را به این باور می‌رساند که اکنون ده‌ها هزار کانال وجود دارد که تنها با تبلیغات، درآمد شش رقمی دارند، (بدون احتساب سایر اشکال درآمد). با توجه به انجمن بازاریابی آمریکا^(۴)، هزینه تبلیغات دیجیتال برای اولین بار در سال ۲۰۱۸ از هزینه‌های تبلیغات تلویزیونی پیشی می‌گیرد و نزدیک به ۱۶۰ میلیارد دلار به این عرصه سرازیر می‌شود و فرصت‌های جدیدی را برای اینفلوئنسرهای ایجاد می‌کند.

به هر حال، درآمد تبلیغات تنها یکی از راه‌هایی است که سازندگان یوتیوب از محتوای خود کسب درآمد می‌کنند. بعداً در این کتاب، ۹ راه دیگر برای کسب درآمد از طریق ویدیوی آنلاین به اشتراک خواهیم گذاشت. این یک انقلاب است. شاید برای اولین بار است که در مورد آن می‌شنوید، اما این یک فرصت بسیار واقعی است. افراد عادی از هر طبقه‌ای با ایجاد محتوا بر اساس سرگرمی‌ها، علایق و زندگی حرفه‌ای خود، به قدرت تأثیرگذاری، ایجاد درآمد از طریق یوتیوب پی می‌برند.

اشتیاق و علاقه لورا ویتال آشپزی است و او همیشه رویای نوشتن یک کتاب آشپزی را در سر می‌پروراند. او کانال یوتیوب خود را مدت کوتاهی پس از ترک شغل رستورانی راه‌اندازی کرد و با شوهرش در آشپزخانه خودش ویدیو می‌ساخت. هفت سال بعد، او کانال خود را به قدری رشد داد که به عنوان یک مجری معمولی در شبکه غذا جایگاهی پیدا کرد و یک قرارداد کتاب برای کتاب آشپزی خود گرفت. او اکنون یک نویسنده پرفروش است. تا حد زیادی به دلیل جمع آوری ۳ میلیون مشترک در کانال خود، و او به یکی از شناخته شده‌ترین شخصیت‌های غذایی در این پلت فرم تبدیل شده است.

جان کوهلر^(۳)، باغبان پرشور، یکی از پربیننده‌ترین برنامه‌های باغبانی در یوتیوب را دارد. یعنی «Growing Your Greens». اولین ویدیویی که او در سال ۲۰۰۹ آپلود کرد، کیفیت بالایی نداشت، هیچ ویرایشی نداشت، و حتی در تصویر هم حضور نداشت، اما علاقه آشکاری به باغبانی داشت. هزار و چهارصد ویدیو بعدتر، با مجموع ۶۷ میلیون بازدید و نیم میلیون مشترک، او حالا کمی در مورد ویدیو هوشیارتر شده است. اما مهم‌تر از آن، او از کانال خود برای رشد تجارت اصلی خود، فروش دستگاه‌های آبمیوه‌گیری، استفاده می‌کند.

آلخاندرو ریس، پدری است که با همسر و دو دخترش ولاگ می‌سازند. تنها کاری که آن‌ها انجام می‌دهند این است که در طول زندگی روزمره خود ویدیو ضبط می‌کنند، اما در عرض چند سال، علیرغم داشتن مخاطب نسبتاً کم، توانستند

درآمد شش رقمی از روش اسپانسر ایجاد کنند.

ما نمی‌گوییم که همه در یوتیوب ثروتمند می‌شوند. برای برخی افراد، این ممکن است حتی خواسته و هدف فردی نباشد. آنچه هیجان‌انگیز است این است که چگونه مردم از علایق و سرگرمی‌های خود استفاده می‌کنند و از آنها برای ایجاد جوامع، ارتباط با افراد همفکر و کسب درآمد برای خود و خانواده خود استفاده می‌کنند.

هدر تورس مثال خوبی برای این موضوع است. مادری که معلم خانگی است با دو فرزند، یک کانال آموزش خانگی راه‌اندازی کرد تا نکاتی را با دیگر والدین به اشتراک بگذارد. پس از یک سال از ارسال ویدیو در اوقات فراغت خود، کانال او به بیش از ۸۰۰۰ مشترک افزایش یافت و ویدیوهای او بیش از ربع میلیون بار بازدید شده است. در نتیجه او برای خانواده خود درآمد جانبی ایجاد کرده و درهای زیادی از فرصت‌ها را گشوده است.

اکنون، ممکن است فکر کنید «این افراد زود شروع کرده‌اند. الان خیلی دیر است یوتیوب شلوغ است و رقابت زیادی وجود دارد.» باید بدانید که اصلاً اینطور نیست. یک مقاله اخیر از هافینگتون پست^(۵) نشان داده که بین ۳ تا ۵ میلیارد مصرف‌کننده جدید از هم اکنون تا سال ۲۰۲۰ آنلاین خواهند شد و این بزرگترین افزایش در اقتصاد جهانی است که تا به حال دیده‌ایم. این بدان معناست که اکنون زمان خوبی برای شروع در یوتیوب است. دیگر آن را به تعویق نیندازید. (یادداشت مترجم: همین‌طور که می‌دونید الان این مطلب به اثبات رسیده و میلیاردها عضو جدید در یوتیوب داریم و جالب است بدونید هم اکنون این مسئله برای یوتیوب فارسی در حال رخ دادنه و افراد فارسی زبان زیادی روزانه به یوتیوب اضافه می‌شوند)

علاوه بر این، ممکن است فرض کنید همه این یوتیوبرهای موفق بودجه راه‌اندازی داشته‌اند. شاید برای خرید تجهیزات گران قیمتی که مردم برای ساخت برنامه‌های تلویزیونی حرفه‌ای از آن استفاده می‌کنند، پول ندارید. خبر خوب این است که

شما به هیچ یک از اینها نیاز ندارید. تمام تجهیزاتی که برای ایجاد محتوای جذاب یوتیوب نیاز دارید در حال حاضر در جیب شما و در گوشی هوشمند شما موجود است. تلفن شما می تواند ویدیوی HD ایجاد و آپلود کند، و این تنها چیزی است که برای شروع نیاز دارید.

برخی از افراد می ترسند که استعداد ایجاد محتوای با کیفیت یوتیوب را نداشته باشند، اما استعداد شرط اول در یوتیوب نیست. چیزهایی مانند اشتیاق، هیجان، سرگرمی، اطلاعات، آموزش و پاسخ به سؤالات مردم بسیار مهم تر هستند. موفق ترین یوتیوبرهای امروزی مانند ستاره های هالیوود استعداد ندارند. در واقع، بسیاری از آنها در زندگی معمولی درونگرا هستند، اما علاقه زیادی به محتوایی که ایجاد می کنند دارند. این را واقعی یوتیوب است. اگر به اندازه کافی مشتاق هستید که به دیگران کمک کنید و به اندازه کافی هیجان زده هستید که علاقه یان را حفظ کنید، آماده اید.

اینفلوئنسرهای موفق در یوتیوب افراد معمولی هستند که به چیزی اهمیت می دهند و مهارت یا دانشی در مورد یک موضوع، خواه تناسب اندام، ایمان، یا خانه تکانی، دارند. هر نوع علاقه یا سرگرمی می تواند بدون نیاز به ویرایش فانتزی یا یک خالق فوق العاده با استعداد به محتوای ارزشمند تبدیل شود.

چرا ویدیو؟

به طور کلی، همه ما ترجیح می دهیم با افرادی که می شناسیم، دوستشان داریم و به آنها اعتماد داریم ارتباط برقرار کنیم و تجارت کنیم. مشکل ارتباط آنلاین این است که نگاه کردن در چشمان یک نفر، گفتگوی واقعی با او و سنجش حالات چهره او دشوارتر است. این به ویژه در مورد وبلاگ نویسی، و نیز در مورد محتوای صوتی صادق است. این یکی از دلایلی است که ما معتقدیم ویدیو کاملاً بهترین راه برای برقراری ارتباط است.

از طریق ویدیو، شناختن و اعتماد مخاطبان به شما بسیار آسان تر است. موفق ترین یوتیوبرها بینندگان منظمی دارند که احساس می کنند با آنها دوستی

ایجاد کرده‌اند. تنها ویدیو می‌تواند افراد را در این سطح درگیر کند. مردم می‌گویند. یک تصویر هزار کلمه ارزش دارد، اما جیمز مک کویوی، کارشناس بازاریابی دیجیتال از Forrester Research^(۶) تخمین می‌زند که یک دقیقه محتوای ویدیویی معادل ۱.۸ میلیون کلمه است. برای هر کسی که پیام، روای، تجارت، نام تجاری یا چیزی دارد که می‌خواهد به دنیا منتقل کند، ویدیو موثرترین راه برای انجام آن است.

ویدیو نیز دیوانه‌وار در حال رشد است. تقریباً هر پلتفرم رسانه اجتماعی ویدیو را به عنوان رسانه ترجیحی خود پذیرفته است. آیا می‌توانید به یک پلتفرم رسانه اجتماعی فکر کنید که قبلاً ویدیو را در خود جای نداده باشد؟ آمارهای اخیر^(۷) نشان می‌دهد که ۵۵ درصد از مردم هر روز ویدیوهای آنلاین را تماشا می‌کنند. Small Business Trends^(۸) نشان داد که تا سال ۲۰۱۹، ترافیک ویدیویی اینترنتی مصرف کننده جهانی ۸۰ درصد از کل ترافیک اینترنت مصرف کننده را تشکیل می‌دهد. (یادداشت مترجم: خب این آمار برای قبل هست ولی خودتون می‌تونید مقایسه را انجام بدید. چند درصد از حجم اینترنت شما بخاطر دیدن ویدیو مصرف می‌شه؟)

چرا یوتیوب؟

چرا یوتیوب بهترین پلتفرم ویدیویی برای ایجاد تأثیر است؟ جواب این سوال بسیار آسان است؛ یوتیوب دومین موتور جستجوی بزرگ است بعد از گوگل، و آمارهای اخیر^(۹) نشان می‌دهد که روزانه بیش از ۱ میلیارد ساعت محتوا در یوتیوب تماشا می‌شود. همچنین، گوگل مالک یوتیوب است، بنابراین قابلیت جستجو در قلب آن است. این امر یوتیوب را از دیگر پلتفرم‌های اجتماعی متمایز می‌کند. فیس بوک، توئیتر، اینستاگرام و اسنپ چت موتورهای جستجو نیستند، بنابراین یوتیوب مزیت مشخصی برای کشف شدن و ایجاد نفوذ شما فراهم می‌کند.

کسب و کار، نام تجاری، علاقه یا سرگرمی شما هرچه باشد، مخاطبان هدف به دنبال محتوای شما در یوتیوب هستند. شاید کسی باشد که به دنبال مشاوره برای

پرورش گوجه فرنگی سالم‌تر، استفاده از سایه چشم دودی و یا صرفه‌جویی در مالیات است. یوتیوب به شما امکان دسترسی فوری به مخاطبان سراسر جهان را می‌دهد. سوزان وویچیکی،^(۱۰) مدیرعامل یوتیوب اخیراً گفته است که این پلتفرم ماهانه بیش از ۱,۵ میلیارد کاربر وارد شده دارد که بیش از یک ساعت در روز را صرف تماشای ویدیوهای یوتیوب می‌کنند. این سه برابر جمعیت آمریکای شمالی است.

یوتیوب رایگان نیز هست. ابزارهای زیادی به شما در ایجاد محتوا کمک می‌کند، اما یوتیوب هیچ مانع مالی ندارد. شما می‌توانید محتوای نامحدود HD و حتی 4K را بدون هیچ هزینه‌ای در کانال خود آپلود کنید. به این فکر کنید که بیست سال پیش رساندن پیام به مخاطبان سراسر جهان چقدر سخت‌تر بود. در آن زمان، احتمالاً مجبور بودید زمان بخش تلویزیونی بخرید، که هزینه زیادی داشت. یوتیوب زمین بازی را کاملاً مساوی کرده است. یک فرد معمولی با یک گوشی هوشمند می‌تواند با یک پلتفرم مملو از ویژگی‌ها به تمام دنیا دسترسی پیدا کند. این مسئله شگفت‌انگیز را بدیهی نگیرید. شما به یکی از بزرگترین فرصت‌ها برای اطلاع‌رسانی در تاریخ دسترسی دارید.

یوتیوب همچنین سیستم پرداخت خوبی دارد. طبق تجربه ما، اگر می‌خواهید از محتوای ویدیویی خود کسب درآمد کنید، یوتیوب سودآورترین فرصت را فراهم می‌کند. واضح‌ترین راه کسب درآمد، از طریق درآمد تبلیغاتی است که گوگل با تولیدکنندگان محتوا به اشتراک می‌گذارد، اما این تنها راه سود نیست. برندها معمولاً برای نمایش محصولاتشان در یوتیوب پول می‌پردازند زیرا به پلتفرم اعتماد دارند. حمایت از برند، در واقع، یکی از بزرگترین فرصت‌های پولی کانال شما است. هیچ شبکه رسانه اجتماعی دیگری سیستم تقسیم درآمد به این خوبی و راحتی را ارائه نمی‌دهد، البته نه با کیفیت یا زیرساخت یوتیوب. هر روز افراد بیشتری در حال ساخت کانال‌های تأثیرگذار و سودآور هستند. در سال ۲۰۱۰، پنجمین سالگرد تولد یوتیوب،^(۱۱) تنها پنج کانال وجود داشت که یک میلیون مشترک

داشتند. بر اساس آمار اخیر Think with Google⁽¹²⁾ ۷۵ درصد کانال‌ها موجود بیش از یک میلیون مشترک دارند. این تعداد همچنان در حال رشد است. ممکن است برای شما شگفت‌انگیز باشد اینکه که بدانید افراد زیادی کانال‌های خود را به شغل واقعی و حرفه تمام وقت تبدیل کرده‌اند، اما این اتفاق در حال حاضر رخ می‌دهد.

آغاز ما

ممکن است از خود بپرسید: «شان و بنجی چه کسانی هستند و چه چیزی آنها را در یوتیوب متخصص می‌کند؟ چرا باید به آنها گوش کنم؟» وقتی تقریباً یک دهه پیش برای اولین بار با هم آشنا شدیم، هر دوی ما قبلاً چند سال تجربه در یوتیوب داشتیم، اما همچنین در پایین‌ترین نقطه زندگی مالی خود بودیم. در سال‌های بعد، در نتیجه فرصت‌های ارائه شده توسط یوتیوب، ما توانستیم درآمد تمام وقت ایجاد کنیم و با تلاش‌های فردی خود، کسب و کارهای هفت رقمی پر رونقی ایجاد کنیم. بنجی توانسته است یک میلیون دلار برای امور خیریه از طریق پخش ویدیوی زنده جمع‌آوری کند و از طریق وبلاگ درست کردن، از Google AdSense و اسپانسر درآمد کسب کند. شان به بسیاری از سخنرانان، کلیساها و کسب و کارهای کوچک کمک کرده است تا از یوتیوب و ویدیو برای دستیابی به نتایج موفقیت آمیز استفاده کنند. او همچنین یک درآمد شش رقمی از بازاریابی وابسته (affiliate marketing) به دست آورده است.

سه سال پیش، هنگامی که در حال بحث در مورد برخی از بینش‌ها و درس‌هایی بودیم که از ساخت کانال‌های فردی خود آموخته بودیم، به این فکر افتادیم که این اطلاعات را با بقیه جهان به اشتراک بگذاریم. این کتاب نتیجه این تصمیم است. قبل از نوشتن آن، می‌خواستیم اصولی را که قرار بود آموزش دهیم، آزمایش و اثبات کنیم که منجر به ایجاد کانال Video Influencers ما شد. قبل از انتشار کتابمان موفق شدیم کانال را به بیش از ۱۰ میلیون بازدید و ۲۵۰۰۰۰ مشترک افزایش دهیم.