

Video tutoriál "Bloguj, má to smysl" #19: Jak na Youtube

Co se dozvíš v tomto videu:

- Kdy a proč je Youtube vhodná sociální síť
- Jednu nevýhodu Youtube
- Jak nastavit svůj Youtube kanál a co k tomu potřebuješ
- Jak získat odběratele na Youtube
- Jak poslat sledující k tobě na blog
- Jak vydělávat na Youtube
- Kde se dají sledovat Youtube statistiky

V dnešním povídání navážeme na předchozí dva díly, kde jsme se začali věnovat sociálním sítím. Tou dnešní sítí je Youtube a tedy tvorba videí.

Proč si založit Youtube

1. Může se na něm nacházet tvoje **cílovka**. Sledují tě zejména mladí (děti a puberťáci), resp. máš produkty/slужby mířené na tuto skupinu? Pak věř, že tato cílovka se vyskytuje na Youtube. Často samy děti zakládají své Youtube kanály po vzoru Kovyho, Menta a dalších.
2. **Přivedeš si návštěvníky na web**. Je to další podpůrný kanál k blogu.
3. Díky Youtube můžeš **vydělávat**.
4. Youtube je skvělá volba pro tvorbu **vizuálních prvků**, které přidáš do svých textových článků na blogu. Tím se stanou přitažlivější pro tvé čtenáře.
5. Vytvoříš tady své **video tutoriály**. Některá témata nelze jednoduše popsat slovy do článku. Návodné video (zejména o technických věcech) je snazší tvorba jak pro tebe, tak pro tvé čtenáře. Lépe pak pochopí problematiku.

Jak vydělávat na Youtube

Zmiňovala jsem, že přes Youtube můžeš vydělávat. Těch možností je více. Především, že nemám se všemi zkušenosti.

1. **Zpoplatněná členská sekce** - tu sama mám a jsi v ní. Sem můžeš umísťovat nějaké bonusy, přepisy a další materiály ke tvým videím.
2. **Video podpoří tvé produkty a služby**. Pokud něco vyrábíš (například šperky), můžeš tento produkt ve videu ukazovat a dolů do popisku dát odkaz, kde si ho mohou lidé koupit.
3. **Reklama** na Youtube - musíš být v partnerství na Youtube, abys toto mohl dělat. Aby ses do něj dostal, musíš mít alespoň 1000 odběratelů a 4000 odsledovaných hodin tvých videí. Poté můžeš zadat, že chceš zobrazovat reklamy ve tvých videích. Samozřejmě musíš být podnikatelem a nestačí kvůli odvádění DPH mít jen živnostenský list. Peníze získáváš za proklik na reklamu. K tomu je potřeba vysoká sledovanost tvých videí (prokliky přináší pár centů z dolarů), aby vůbec někdo prokliknul.

Pokud se tvá videa stanou komerčními (máš tam tu reklamu), musíš si ohlídat, že všechny použité prvky ve videu (hudba, střihy) se mohou využívat pro komerční videa. Tj. nemůžeš si tam nahrát třeba hudbu tvé oblíbené kapely, pokud nevlastníš jejich komerční licenci. Ta obvykle stojí nemalý peníz.

Nevýhoda Youtube

Mysli na to, že Youtube je jen služba, cizí platforma, na rozdíl od tvého blogu na tvém hostingu a vlastní doméně. Tudíž se může stát, že ti je dočasně (anebo úplně) **stopnut tvůj účet** a ty ho nemůžeš dále využívat. Toto samozřejmě platí pro všechny sociální sítě, které sis nenaprogramoval sám (takže i Facebook, Instagram, G+ atd.).

Na co myslet při založení Youtube

Potřebuješ mít účet na Google (na Gmailu). Nahoře vpravo v menu najdeš ikonku, pod kterou je nabídka všech služeb od Google. Mezi nimi je právě i volba Youtube kanálu. Potvrdíš obchodní podmínky a tvůj účet je na světě.

Uprav si svou titulní stránku kanálu - je to tvůj **vizuál** (nahraj úvodní fotku, video s nějakým povídáním - tvá biografie, linky). Založ si **playlisty** - ty se odvíjí od zaměření tvých videí.

Nikdo se profíkem nenarodil. Vše budeš zjišťovat s točením dalších a dalších videí. **Neobávej se, že nemáš profi techniku.** Aktuálně natáčím na iPhone a stříhám pak ve free nástroji iMovie (pro iOS na macbooku). Některé vizuální prvky připravuji v PowerPointu a Prezi. Všechno je tedy zadarmo. Nejdůležitější je obsah tvého sdělení, ne jeho formát.

Na co všechno bys měl myslet při natáčení videa

1. **Scénář** - u mě je to osnova. Jinak částečně improvizuji, ale nečtu. Klidně si připrav text, dej ho za kameru a čti, pokud ti to vyhovuje.
2. Úvodní **intro** a někdy konečné **outro** - oživí to video. Doporučuji něco kratičkého, ne jak to mám já.
3. **“Rozehřívací” snímek** - inspiruj se mými lifestyle videi. Je to pár sekund úplně na začátku videa. Vzbuzuje zvědavost. Má podobnou funkci jako u titulky článků.
4. **CTA a gesto.** Gestem je buď pohyb ruky, nebo nějaké ustálené spojení, které používáš v každém videu v určité chvíli. Podívej se na tvé oblíbené influencery a napodobuj, co ti sedí. Například Jirka Král ve videích říkal Ahojda.
5. **Závěrečné obrazovky.** Toto je funkcionalita Youtube, to neděleš v žádném stříhacím nástroji. Já do závěrečných obrazovek dávám CTA připravené v Canvě (má fialová obrazovka, kde je nabídka mě odebrat a pustit si další video).
6. **Karty.** Opět funkce Youtube. Jedná se zase o vizuální prvek - přidání doporučeného videa, anketní otázka, přidání kanálu... Stejně jako závěrečné obrazovky to jde přidat zpětně do všech tvých videí. Nemusíš to tedy nastavovat hned.
7. **Description, Title a Tags** (= Keywords). Ty tags nejsou dnes už pro SEO videa důležitá, ale jdou použít na trik, který je popsán v bonusech (podívej se). V description popiš své video, o čem je, a přidej tam odkazy na články. Využij jeho délku na maximum. Title je zase nadpis videa, který uvidí divák. Toto všechno nastavuješ při nahrávání videa na Youtube.

Jak získávat odběratele na Youtube

Souvisí s propagací, obdobné tomu, jak propaguješ své blogové články. Můžeš video umísťovat do diskuzních fór a různých skupin na Facebooku.

Taky nezapomeň na CTA prvek, ten mi osobně pomáhá nejvíce. Řekni si o odběr přímo ve videu. Nestyd' se za to.

Jak posílat diváky k sobě na blog

Pod článek umísťuj **odkazy na tematické články**, které souvisí s mluveným tématem. Ano, znamená to, že bys měl nahrávat a psát o podobných věcech. Nemusíš nutně mít na obou platformách to stejné.

Existují i blogeři, kteří přeřikají svůj text z článku a nahrají ho jako video na Youtube. To já nedělám, snažím se na blogu sdělit něco jiného než ve videu tak, aby se to vzájemně kombinovalo/prolínalo. Do videí při stříhu **přidávej titulky, ve kterých je odkaz na zmiňovaný článek** ve videu.

Statistiky na Youtube

Podobně jako na blogu bys měl i u Youtube sledovat statistiky, jak si vedeš. Na rozdíl od blogu nepotřebuješ speciální online nástroj (Google Analytics). **Statistiky najdeš přímo ve svém Youtube** kanále ve Studiu Autora.

Po kliku na Studio autora uvidíš vpravo menu, kde hledej sekci **Analytika**. Klikni. Nyní uvidíš hlavní panel plný grafů a statistik. Nebo přímo pod Analytika jsou jednotlivé statistiky, které můžeš sledovat. Doporučuji si statistiky někam zapisovat - postačí týdenní report. Aspoň uvidíš, která videa fungují a co se naopak nelíbí.

Nezapomeň si **stáhnout plugin VidIQ**. Základní verze Basic je zdarma. Díky ní mám část statistik viditelných na hlavním panelu nahoře v Youtube, když do něj vlezu a jsem přihlášená. Dále některé statistiky tohoto pluginu uvidíš u svých i cizích videí. Můžeš tak sledovat SEO skóre, jaké tagy se používají, atd.

Další materiály k prostudování

- ▶ eBook Jak se stát blogerem z povolání - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-jak-se-stat-blogerem-z-povolani/>
- ▶ Online nástroj pro prezentace - <https://prezi.com/>
- ▶ Online grafický nástroj pro tvorbu CTA slidu - <http://canva.com/>
- ▶ Návodný článek o tom, jak pracovat s iMovie a vytvářet intro/outro - <https://nanomadskestezce.cz/tipy-na-tvorbu-videi/>
- ▶ Článek o interaktivních prvcích ve videu (závěrečné obrazovky a karty) - <https://nanomadskestezce.cz/jak-si-nastavit-seo-obrazky-a-interaktivni-prvky-na-youtube/>
- ▶ Jak jsem s Youtube začínala já - <https://nanomadskestezce.cz/jak-se-stat-youtuberem-hvezdou-ve-svem-vlastnim-videu/>
- ▶ Plugin vidIQ - <https://vidiq.com/>

Co si odnést z dnešního dílu

- **Důležitější je obsah než forma.** Neboj se tedy, že nemáš profi nástroje pro tvorbu videí.
- Pokud cílíš na mladší publikum, pak je Youtube ideální volbou.
- Nezapomeň do videí umístit CTA prvky a odběry/lajky či sdílení si napřímo říci.