

Ау, а где же мои зрители?

В «Год российского кино», без создания и размещения видеороликов нам не обойтись. Будь то блогтрейлер, видеозапись урока или других, важных для нас, событий. Поэтому подойдем к этому вопросу со всей серьезностью. Как создать и настроить канал — тема отдельной статьи. Будем исходить из того, что он создан, настроен и на него загружены первые ролики. Мы с нетерпением ждем первых посетителей, но почему-то никто кроме нас не хочет смотреть такое замечательное кино. Где же зрители?



Так давайте проанализируем, что мы сделали не так. Причин здесь может быть несколько, коснемся некоторых из них:

1. Наше видео невозможно найти, почему? Чтобы ролик появился в поиске, его необходимо оптимизировать — придумать захватывающее название, создать качественное описание, установить привлекательную картинку и прописать правильные ключевые слова. Думайте, как зритель — что и как вы хотите найти, какой запрос сделали бы сами.
2. Пользователи нашли ваш ролик, но не поняли, о чем он и потеряли интерес к просмотру. Возможно нет описания, невнятная картинка, непонятное название. Или видео предназначено ограниченному кругу лиц. YouTube не выводит в поиск видео, содержание которого не соответствует описанию и названию. Поэтому определиться с этим необходимо заранее, иначе в дальнейшем его вообще никто не сможет найти и посмотреть.
3. Следующий аспект — у зрителя нет причины смотреть ваш ролик. Вам кажется, что вы сняли самый замечательный ролик и все буквально повалятся посмотреть его. Но не забывайте про конкуренцию — ежедневно пользователи просматривают более миллиарда роликов. Поэтому необходимо заранее поставить перед собой цели — так ли ваше видео необходимо зрителям, принесет ли оно практическую пользу, получит ли пользователь уникальную информацию? На эти вопросы вы должны ответить еще при подготовке к съемке или монтажу видеоролика. Вы же сами не будете смотреть ролик просто так, без причины?

4. На сегодняшний день социальные сети необходимый инструмент для продвижения контента, в том числе и видео, не забывайте о них. Практически у всех нас есть аккаунты в соцсетях. Публикуйте на своих страницах ссылки, размещайте ролики внутри сетей, рекомендуйте их друзьям, создавайте «социальный шум» вокруг своих проектов. Пользователи будут только рады. Там есть волшебная кнопка «Поделиться» — один клик и ваши друзья в курсе событий.
5. Продолжительность видео. Статистика просмотров говорит, что больше всего просмотров относится к видео более 20 минут. Но вашей аудитории это может и не понравиться. Поэтому экспериментируйте, определяйте опытным путем продолжительность своего видео, общайтесь с пользователями. В итоге вы придете к оптимальному варианту.
6. Создавая ролик, обращайте внимание на актуальность. Видео с устаревшей информацией никому не нужно. Пользователи не будут смотреть такие ролики, а если у них хватит терпения досмотреть до конца, будьте уверены — они проголосуют дизлайком или еще хуже, гневным комментарием.

Здесь я перечислил несколько вещей, которым необходимо следовать при создании и размещении видео в сети. Все это не дает гарантии попадания вашего ролика в ТОП, однако YouTube и Google внимательно следят за содержанием размещенного контента. Следуйте этим несложным правилам и просмотры вам обеспечены. Самое главное, это будет естественный прирост, что в итоге сказывается на репутации канала. Удачи!