

Видеомаркетинг — как продвигать видео в интернете

1 день. Вводное занятие

- I. Видео — лучший способ рассказать о себе, своем продукте и бизнесе.
- II. Преимущество видео-контента. Будущее — за видео.
- III. Особенности контента для основных соц. сетей. По каким принципам алгоритмы социальных сетей отсеивают видео и как обойти препятствия.
- IV. Как сделать недорогое, но при этом эффективное продающее видео? Каким принципам оно должно соответствовать.
- V. 5 советов по созданию качественного видео контента, даже если вы не знаете с чего начать.
- VI. Подсматривать не стыдно. Насколько быстро набирает обороты видео контент среди нового поколения? Самые эффективные форматы для бизнес-видео.
- VII. Виды видеоконтента. Интервью. Обзор. Распаковка. Реклама в социальных сетях. Реклама в Facebook. Скринкаст. Слайдшоу. Видеоряд (автора нет в кадре). Видео на фоне (дом, студия). Съемка на улице.
- VIII. Целевая аудитория. Описание целевой аудитории. Выявление потребностей ЦА. Описание и постановка маркетинговых задач
- IX. Перспективные тематики. Какие видео быстро набирают просмотры? Обзор блогеров, быстро ставших известными за предыдущий год
- X. Как вычислить темы для видео, которые будут популярными. Как блогеры вовлекают аудиторию

2 день. Стратегия видеомаркетинга

- I. Стратегия видеомаркетинга
- II. Как интегрировать инструменты видеомаркетинга в свой бизнес? Особенности анализа ниши и конкурентов на YouTube.
- III. Методы исследования целевой аудитории. Стратегии и тактики развития бизнеса на YouTube.

3 день. Контент-план

- I. Как написать и где брать идеи для видео.
- II. Создание контента: Базовый сценарий для видео - вступление, основная часть, заключение. Как

быстро и легко написать сценарий для видео?

III. Фишки по удержанию аудитории. Как заставить человека посмотреть видео от начала до конца? Личный блог и персональный бренд. Тренды, основные изменения в новом году. Как стартовать и развивать личный бренд на YouTube?

IV. Фишки по вовлечению аудитории: переход на сайт, переход в соцсети

4 день. Продвижение видео

IV. Каналы продвижения видео

II. Видеохостинги: YouTube, Coub, Vimeo (особенности, форматы, тренды). Социальные сети: Вконтакте, Одноклассники, Facebook (особенности, форматы, тренды). Мессенджеры: Telegram (особенности, форматы, тренды)

III. Работа с сайтами: лучшие сайты Рунета для продвижения видео с YouTube; подводные камни и как их избежать; быстрый путь к славе и популярности

IV. Как сэкономить при продвижении?

V. Работа с трафиком на YouTube-канале. Типы трафика. Органический трафик и где его брать.

VI. Трафик из внешних источников, правила работы. Серые методы привлечения трафика.

VII. Форматы продвижения видео. In-Stream. Out-Stream. Посев: YouTube и нативный. Таргетированные кампании в социальных сетях.

VIII. Блогеры/Branded Content: преролл, интеграция, эксклюзив, спецпроект.

IX. Продвижение через сервисы посевов. Лучшие сервисы и биржи: Viboom, Seedr, BeSeed, Booseed, MoeVideo, GetBlogger, EPICSTARS.

X. Что нужно знать, чтобы не убить удержание? Фишки и секреты сервисов.

5 день. Продвижение видео (часть 2)

I. Видеореклама AdWords. Форматы рекламных объявлений AdWords. Как правильно подобрать формат под свой контент.

II. Правильное таргетирование. Особенности, которые важно учитывать при работе с AdWords (личный кабинет, не слить бюджет, модерация и прочие).

III. Настройка Google Adwords для видео (практика). Базовые настройки. Уменьшение стоимости просмотра в 2 раза.

IV. Списки минус-слов и каналов. Неофициальный ретаргетинг: особые аудитории.

V. Определение ставки за просмотр через YouTube-аналитику. Ограничения в разных нишах.

VI. Особенности продвижения роликов в разных странах. Секреты, фишки, лайфхаки.

6 день. Продвижение видео (часть 3)

I. Оформление контента для эффективного продвижения. Визуальная составляющая канала. Разработка контент плана.

II. SEO: Теги, описание, название ролика. Факторы, влияющие на ранжирование видео. Приемы работы с факторами

III. Продвижение в ТОП YouTube и похожие видео. Как правильно назвать ролик, составить грамотное описание, подобрать теги ролика. Программы-помощники: Vidiq, TubeBuddy, Clever.

IV. Удержание (watchtime)+общее время просмотра. Работа с социальными факторами. Количество лайков и дизлайков. Количество поделившихся видео в соц сетях.

V. Количество комментариев под видео. Количество видео, добавленного в чужие плейлисты.

VI. Как правильно опубликовать видео. Пошаговая инструкция. 13 действий, необходимых для успешного старта вашего видео.

VII. Тонкости рекламы у видеоблогеров. Стоит ли вам работать с блогерами? Как правильно подбирать блогеров? Как не надо работать?

VIII. Выбор формата работы с блогером. Правила успешной реализации проекта. Подведение итогов и аналитика.

IX. Быстрый старт для канала: как набрать первую 1000 подписчиков (с примерами)? Какие форматы рекламы лучше всего работают: преролл, конкурс, постролл, интеграция в видео и т.д. Сколько денег надо для рекламной кампании у блогеров? Как посчитать цену за подписчика. Другие критерии эффективности

X. Основные ошибки при покупке рекламы у видеоблогеров. Обзор бирж и возможностей каждой биржи видеоблогеров. Примеры реклам, которые хорошо сработали для набора аудитории.

XI. Как влияет лайк и комментарий от топ-канала на продвижение видео и канала. Аналитика: как посчитать эффективность рекламной кампании?

XII. Как сравнивать каналы видеоблогеров и выбирать наиболее интересный и эффективный канал для рекламы? Как написать ТЗ для видеоблогера, чтобы он не накосячил и сделал по уму?

7 день. Продвижение видео (часть 4)

I. Продвижение видео в социальных сетях. Что нужно знать при посеве видео с YouTube во ВКонтакте, Facebook и Одноклассниках? Как получить подписчиков на канал из соцсетей?

II. Особенности работы в каждой соцсети. Лайфхаки для увеличения охвата

III. Продвижение через сервисы посевов. Лучшие сервисы и биржи: Viboom, Seedr, BeSeed, Booseed, MoeVideo, GetBlogger, EPICSTARS

IV. Что нужно знать, чтобы не убить удержание? Фишки и секреты сервисов

8 день. Анализ эффективности продвижения видео

- I. Основные KPI для оценки эффективности видеомаркетинга. На какие показатели обращать внимание?
- II. Вы провели кампанию по продвижению видео в интернете. Что делать дальше? Как не разочароваться в видео? Ключевые показатели для оценки эффективности рекламной кампании: CPV, CTR, ER, CPA, глубина просмотра и т.д. Как их измерять, референсы, бенчмарки
- III. Как правильно собирать данные по видеоконтенту? Какими инструментами пользоваться для анализа?
- IV. Встроенные возможности платформ (YouTube, ВКонтакте, Одноклассники, Facebook).
- V. YouTube Analytics: какие отчеты смотреть и как интерпретировать данные в них?
- VI. Google Analytics: анализ результатов рекламных кампаний с использованием видеоконтента.
- VII. Сторонние сервисы для оценки результатов (Livedune, Socialbakers, VidIQ, Dislikemeter и др)

9 день. Производство / видеопродакшн

- I. Методы производства видео.
- II. Самостоятельно (нюансы, основные ошибки, практика). Съемка видео без помощников: на смартфон, зеркалку. Арендванная техника (камеры + свет)
- III. Как создать домашнюю видеостудию? Необходимый технический минимум для домашней студии. Стоимость оборудования.
- IV. Как сэкономить и сделать все за копейки? Найм компании на съемку видео: как выбрать. Как сотрудничать, нюансы взаимодействия
- V. Технические аспекты создания видео. Форматы видео: скринкаст, слайдшоу, видеоряд (автора нет в кадре), видео на фоне (дом, студия), съемка на улице, влог (видеоблог)
- VI. Технические особенности и требования создания видео в самых популярных форматах. Особенности, манера поведения и монтажа в каждом из форматов.
- VII. Для какой темы канала лучше всего использовать каждый из форматов? Критерии качества контента. Допустимый минимум качества видео
- VIII. Этапы производства видео: идея, сценарий, съемки, монтаж.
- IX. В каких программах монтировать видео? Сколько стоит монтаж на фрилансе? Где искать монтажеров?
- X. Тестовое задание для монтажа. Как контролировать фрилансеров? Подготовка ТЗ для монтажа.

10 день. Практика создания видео

11 день. Практика продвижения

12 день. Найм сотрудников, работа с фрилансерами, KPI

I. Как и где искать подрядчиков (монтаж, администрирование канала, дизайн, специалист по рекламе)?
Сколько платить каждому из них? Какие критерии качества работы?

II. Контроль и тестовое ТЗ. KPI в видео: как поставить и измерить.

III. Сроки работы и форма отчета. Просмотры, удержание, лиды. Вывод в YouTube тренды.