Экспресс-анализ YouTube канала https://www.youtube.com/user/AnfisaBreus

Анализ проводится по внешнему виду и настройкам, которые видны.(с точки зрения привередливого клиента, который не знает Анфису Бреус и с точки зрения поисковых роботов YouTube, Google, Yandex).

Анфиса Бреус

1. Шапка и значок.

1. На значке канала Ваше фото.

2. Шапка - на фоне море счастливая фотография дайвера.Новому человеку не понятно о чем канал. Не отражает основной идеи канала.

Цепляет взгляд выгода, которую человек получит на канале, либо чему научится.

Ведь судя по нескольким ключевым словам канала - это все-таки канал по сайтам на WordPress. Тогда лучше другой фон. Почему бы не написать про шаблон. Или “Создадите блог самостоятельно без проблем” и т.д. Нет призыва к действию. Нет имени и фамилии.

3. Если ролики выкладываются постоянно, то можно добавить расписание выхода новых видео в шапку. (Например: Новые ролики 2 раза в неделю). (YouTube очень ценит стабильность! Да и Ваши подписчики будут знать, когда их порадуют новым роликом).

4. На шапке может быть размещено до 5 ссылок. Хорошо работает ссылка на бесплатную полезность, ссылка на лид-магнит - сразу сбор в базу подписчиков.

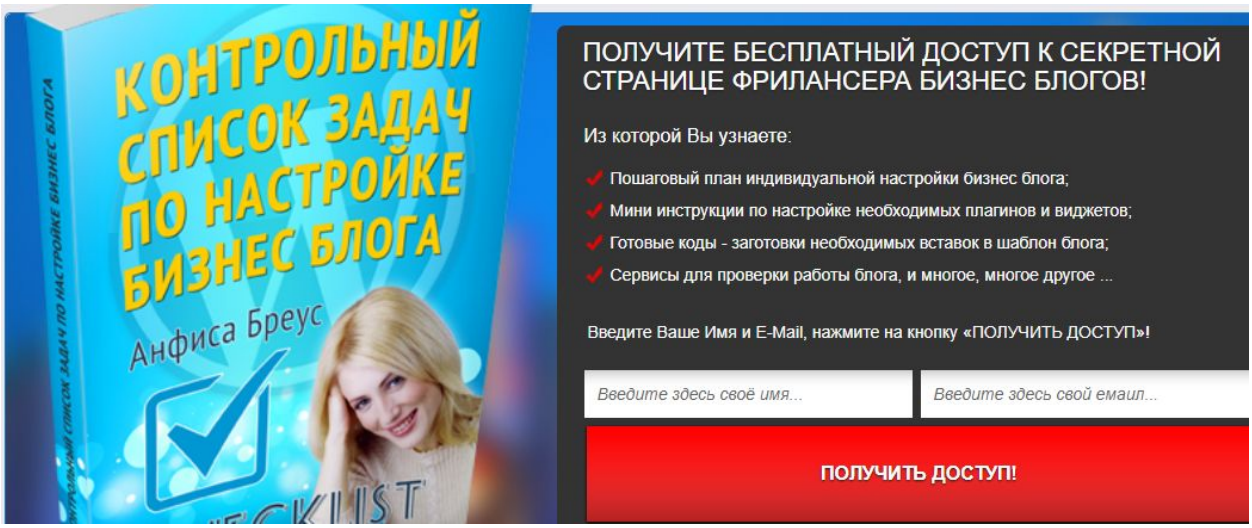
Есть ссылка на сайт. Но что там?

https://anfisabreus.ru/

При переходе попадаем на сайт, а тут чего только нет. Глаза разбегаются. И есть ведь бесплатность!

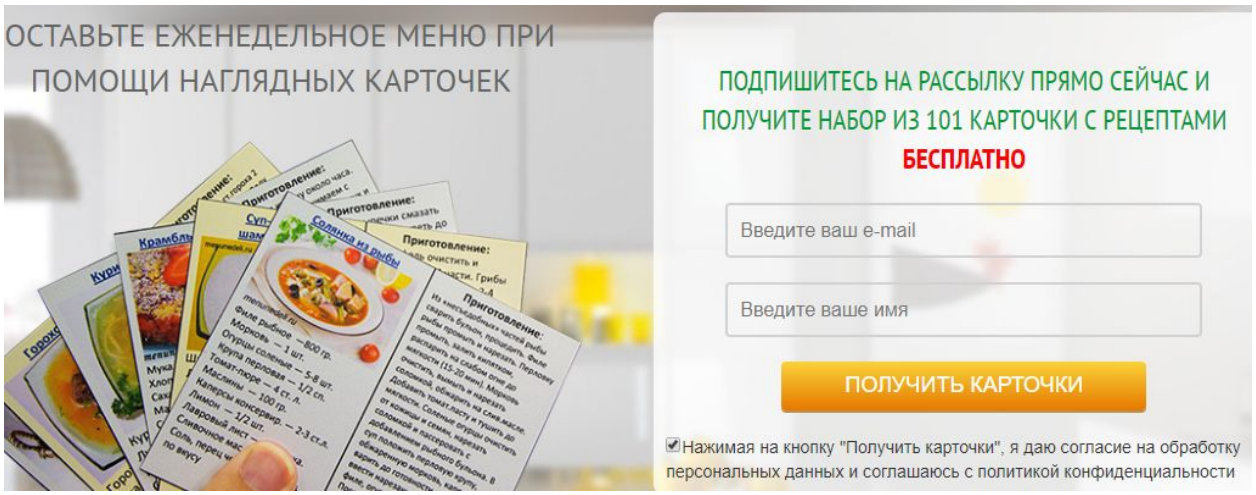
А если сразу написать- “получи чек-лист по настройке блога” и ссылку прямо на эту страницу

http://wpchecklist.ru/



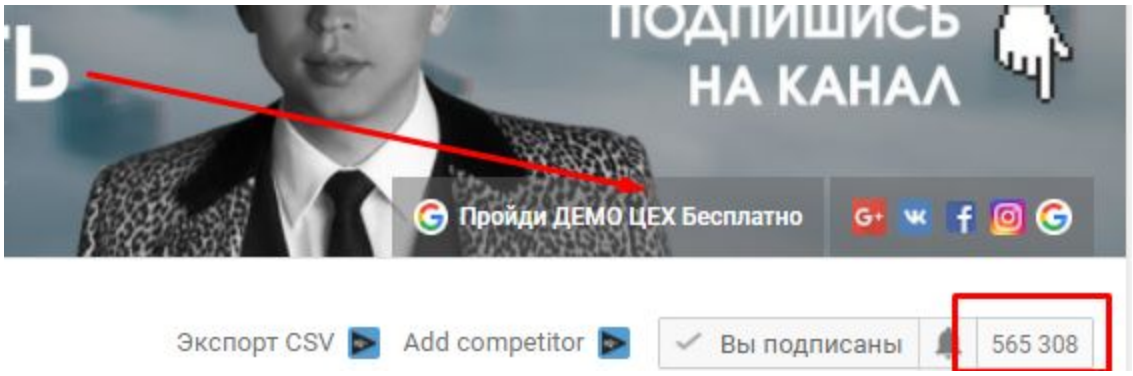
Сразу и подписка и бесплатность!

Как вот здесь:

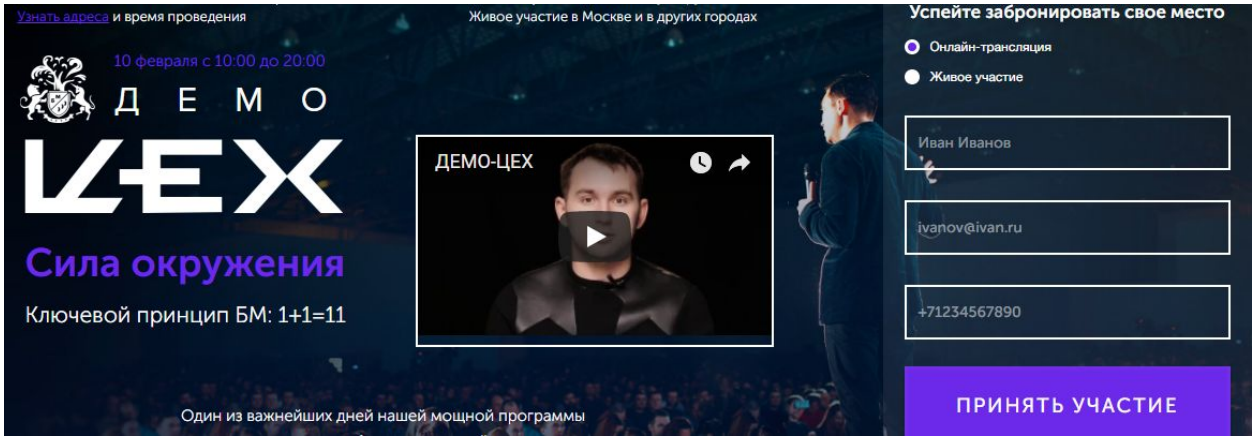


Сразу с канала идет сбор подписчиков в базу рассылки.

Или



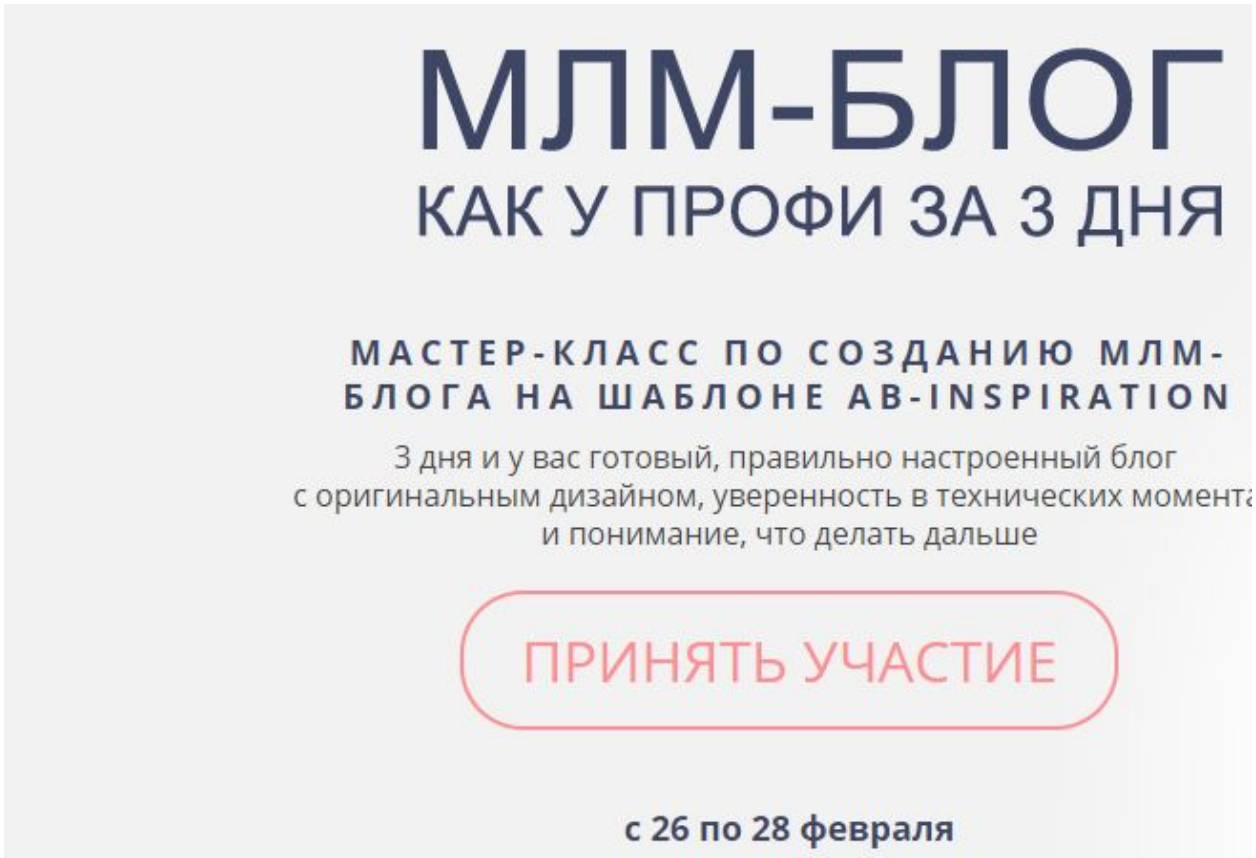
И сразу попадаешь на лендинг, где идет регистрация на **конкретное** мероприятие



Можно сделать призыв- Подписывайтесь на канал и получите….бесплатно!

На шапку можно было поставить ссылку с приглашением на мастер-класс

http://blogsetevika.ru



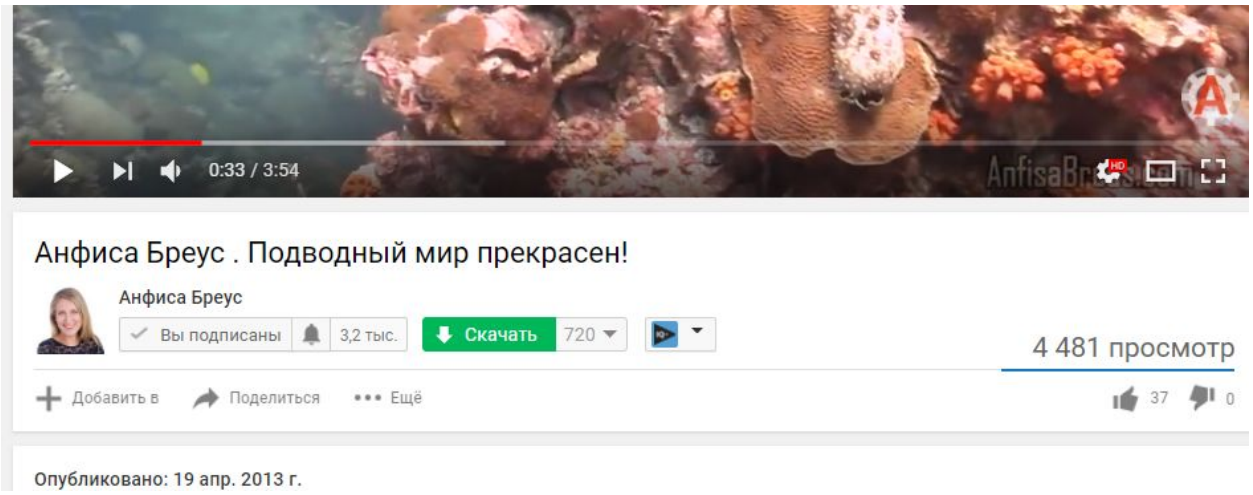
2. Название канала.

Анфиса Бреус

Имя и фамилия . Конечно, для тех кто Вас знает - Вы авторитет и гуру. Для тех, кто еще Вас не знает, можно добавить к имени - Создание блогов на WordPress (что больше всего ищут в поисковиках, для тех, кто еще не знает что у Анфисы Бреус есть великолепный шаблон, для новых подписчиков).

3. Трейлер для новых зрителей

1. В позиции трейлера стоит видео



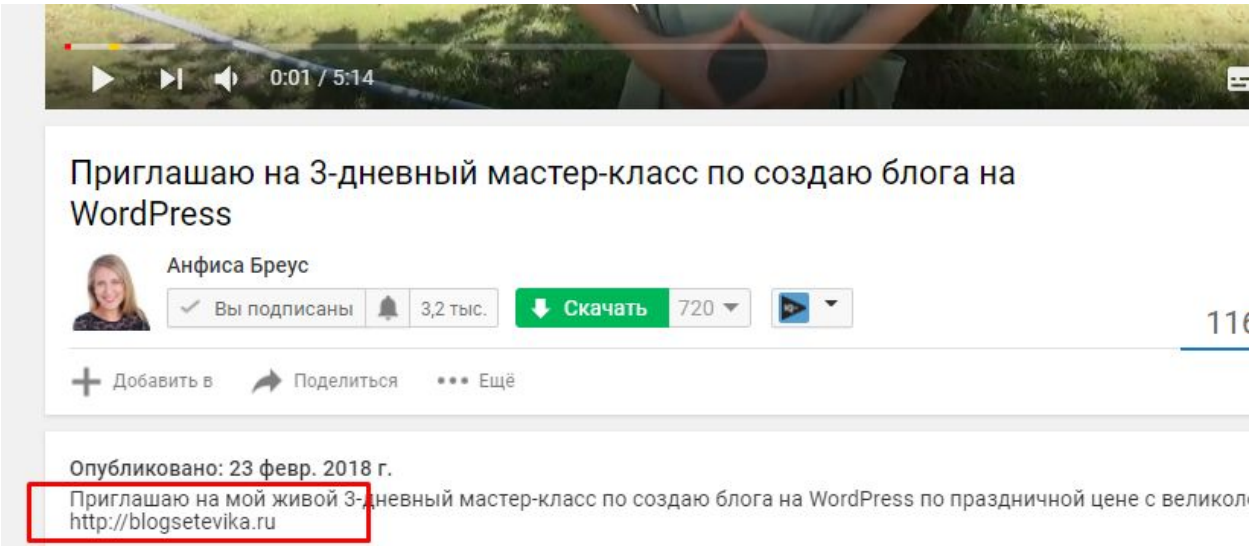
Очень интересный ролик . Но все-таки - это канал не о путешествиях.

Рекомендуется трейлер для новых зрителей – видео 1-2 минуты, самые яркие и важные кадры, дающие представление о канале, о Вашем контенте и о Вас.

В конце призыв к действию (смотреть, переходить по ссылке, подписываться)

2. В позицию трейлера для подписчиков (тех, кто уже подписался на канал) можно ставить новые видео, самые популярные или любимые, опубликованные на канале.(кто-то ставит самый последний ролик, загруженный на канал).

Почему бы в позицию трейлера не поставить актуальное видео с призывом на мастер-класс

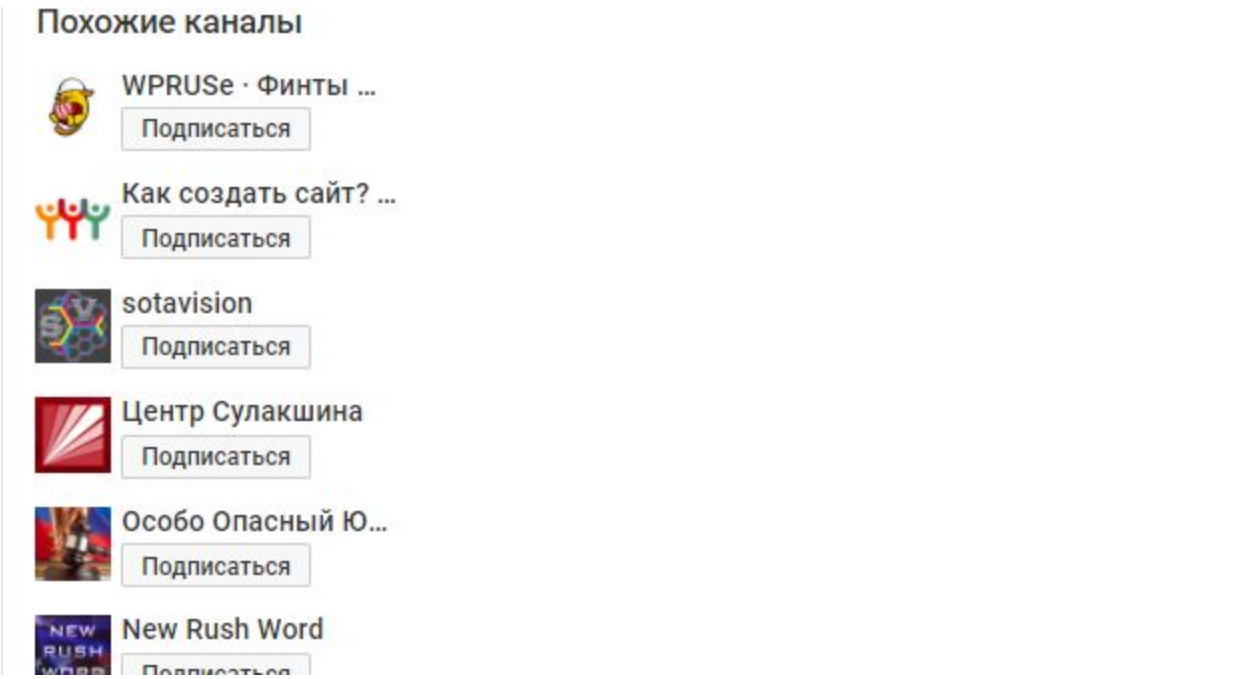


4. Разделы на главной странице

На главной странице есть разделы.
Главная страница настраивается для удобства зрителей.
Можно добавить раздел последних загруженных видео.

5. Похожие и рекомендуемые каналы

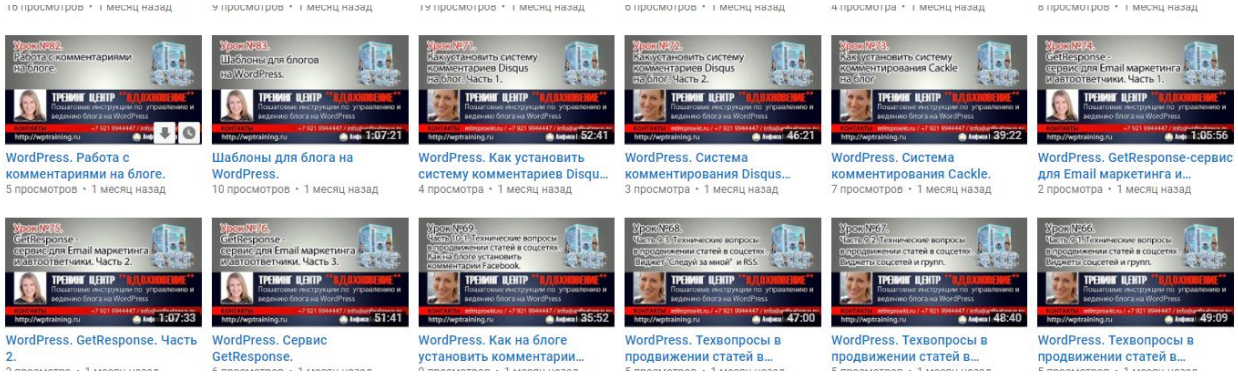
Пока у Вас только раздел похожих каналов, который YouTube сам подставляет.



Можно обменяться ссылками в разделе рекомендованных каналов с несколькими сопоставимыми тематическими каналами (элемент коллаборации).

При обмене ссылками Ваш канал будет показываться на главной странице того, с кем Вы обменяетесь ссылкой. Соответственно у Вас на странице- его канал.

6. Картинки для видео (превью)



Есть превью для некоторых плейлистов. (на мой взгляд - очень много текста)

Текст должен быть интересным, а шрифт хорошо читаться.

7. Системность размещения видео

Лучше всего размещать видео согласно Вашему расписанию (желательно от 2 до 5 раз в неделю). Лучше меньше, но регулярно.

Вам вполне можно регулярно выкладывать два ролика в неделю. Функция запланированной публикации помогает в этом.

8. Типовое видео с канала

Хорошо работает на узнаваемость короткое интро (видеозаставка 3-5 секунд).

Сценарий ролика: сначала говорим о чем ролик (при этом говорим ключевое слово), затем 3-5 секундное интро, потом видеоконтент и в завершении закрывающее окно.

Пока интро (видеозаставки) нет.

9. Взаимодействие со зрителями

Взаимодействие со зрителями есть в роликах.

Для увеличения взаимодействия писать под каждым роликом первый комментарий от себя. В конце видео всегда обращение к зрителю, может быть задать им провоцирующие вопросы с просьбой ответить под видео. И, когда уместно, просить оценить видео, поделиться с друзьями, подписываться на канал. Увеличивается активность аудитории.

Смотреть на соотношение лайков и дизлайков и делать контент наиболее интересный аудитории.

10. Оверлеи

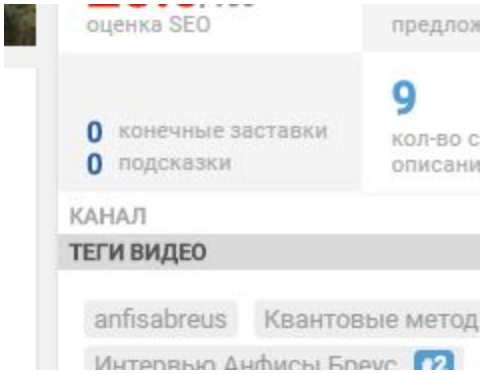
Добавляйте оверлеи в видео, где это уместно. Оверлей – элемент перелинковки, перенаправления трафика на видео, плейлисты, связанный с каналом сайт, на подписку на канал. Сопровождайте оверлеи призывами к действию.

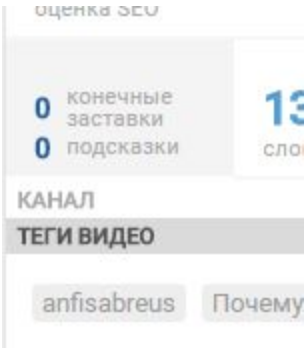
Оверлеи не используются.(может быть я не увидела)!

11. Подсказки.

Если не используются оверлеи - то можно использовать подсказки.

Подсказок нет.





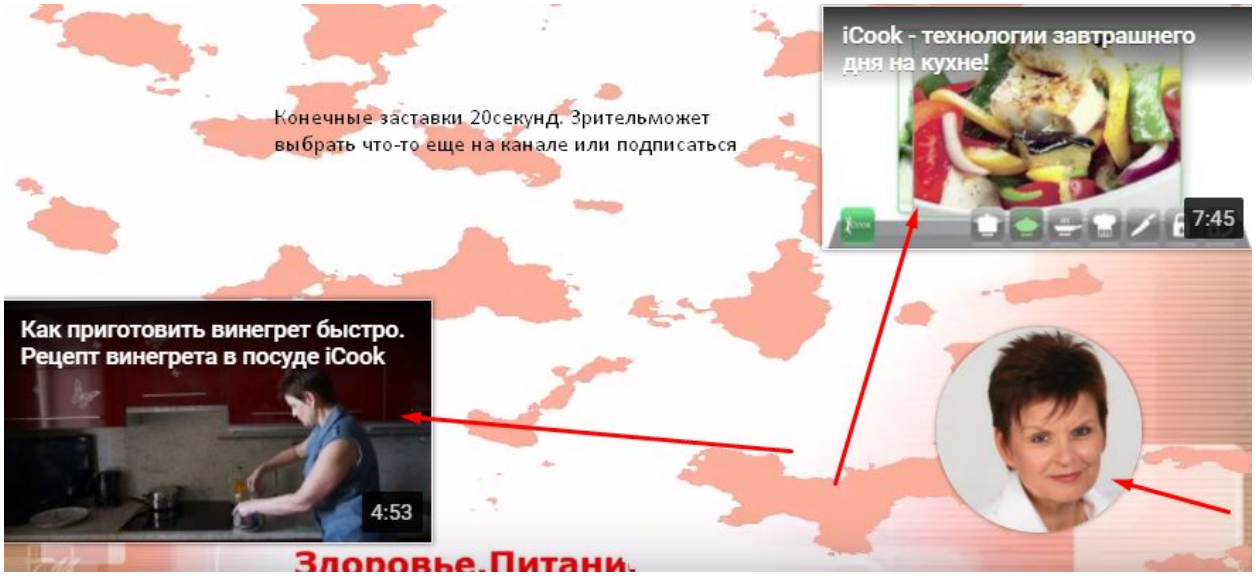
Используйте подсказки, работают на ПК и на мобильных устройствах. Также подсказки имеют больше функций (например, проведение опросов зрителей). Если ролик длинный, то можно использовать несколько подсказок.

Использование подсказок - способ удержать аудиторию на канале.(Что очень важно для YouTube).

12. Закрывающее окно

В закрывающее окно (аутро) рекомендуется добавлять миниатюры других видео и плейлистов, логотип канала с призывом на подписку.(конечные заставки до 5 элементов). Аутро можно сделать в едином фирменном стиле.Если нет конечных заставок, то YouTube подставляет Вашему зрителю то, что считает нужным. (если человек открыл просто видео, а не плей-лист)

Если канал участвует в партнерской программе YouTube, то на закрывающем окне можно разместить ссылку на связанный вебсайт. (новые правила с января 2018 года).



Конечных заставок нет..

13. Название видео

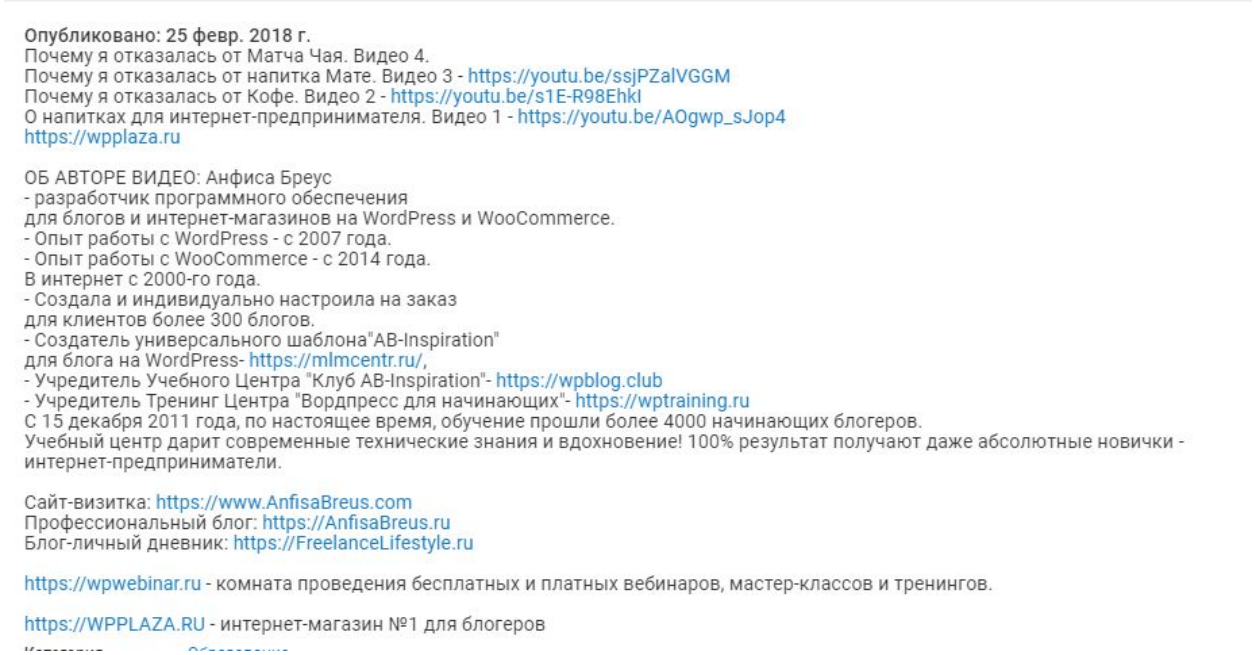
Названия роликов отражают суть видео. Можно немного доработать. Сделать так, чтобы было еще **ключевым запросом** аудитории. В названии можно использовать даже два ключевых запроса.

Использование 2-х ключевых запросов в названии поможет не только зрителям, но и полезно для продвижения видео.

Часто используется имя и фамилия в названии ролика. Это очень хорошо.

14. Описание видео

Описание есть, используются внутренние настройки.



Опубликовано: 25 февр. 2018 г.
Почему я отказалась от Матча Чая. Видео 4.
Почему я отказалась от напитка Мате. Видео 3 - https://youtu.be/ssjPZalVGGM
Почему я отказалась от Кофе. Видео 2 - https://youtu.be/s1E-R98EhkI
О напитках для интернет-предпринимателя. Видео 1 - https://youtu.be/AOgwp_sJop4
https://wpplaza.ru

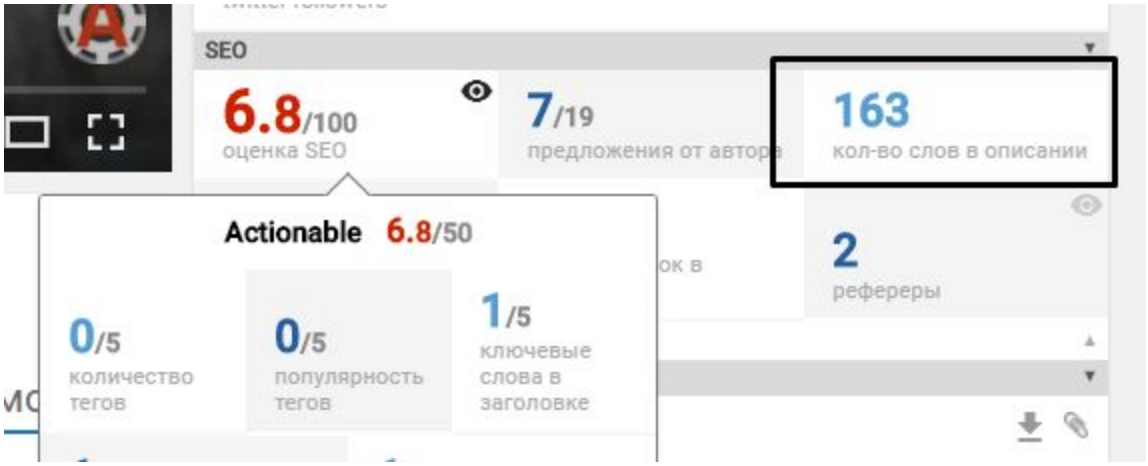
ОБ АВТОРЕ ВИДЕО: Анфиса Бреус
- разработчик программного обеспечения
для блогов и интернет-магазинов на WordPress и WooCommerce.
- Опыт работы с WordPress - с 2007 года.
- Опыт работы с WooCommerce - с 2014 года.
В интернет с 2000-го года.
- Создала и индивидуально настроила на заказ
для клиентов более 300 блогов.
- Создатель универсального шаблона"AB-Inspiration"
для блога на WordPress- https://mlmcentr.ru/,
- Учредитель Учебного Центра "Клуб AB-Inspiration"- https://wpblog.club
- Учредитель Тренинг Центра "Вордпресс для начинающих"- https://wptraining.ru
С 15 декабря 2011 года, по настоящее время, обучение прошли более 4000 начинающих блогеров.
Учебный центр дарит современные технические знания и вдохновение! 100% результат получают даже абсолютные новички - интернет-предприниматели.

Сайт-визитка: https://www.AnfisaBreus.com
Профессиональный блог: https://AnfisaBreus.ru
Блог-личный дневник: https://FreelanceLifestyle.ru

https://wpwebinar.ru - комната проведения бесплатных и платных вебинаров, мастер-классов и тренингов.

https://WPPLAZA.RU - интернет-магазин №1 для блогеров

.



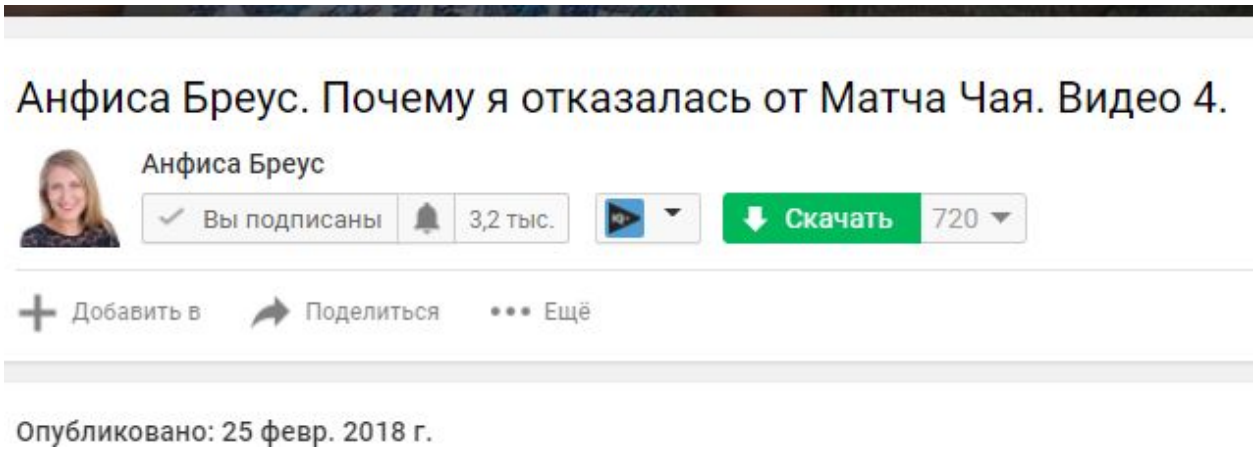
В описании видео можно использовать до **5 000** символов.
Важно вплетать в описание ключевые слова.
Не используется транскрибация текста ролика.(хотя бы 1,5 минуты)

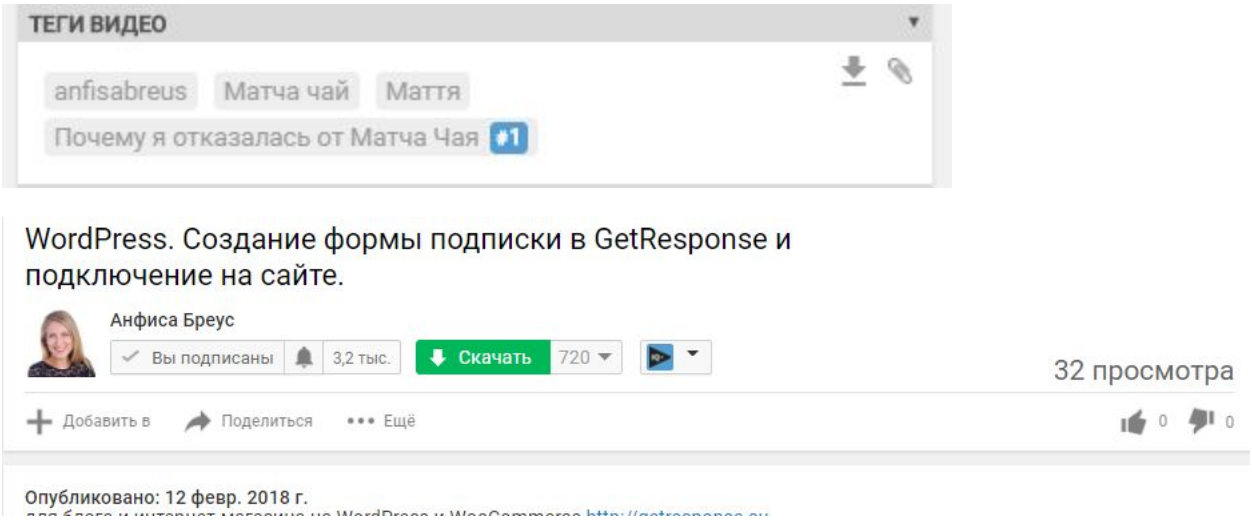
В описании есть ссылки на все интернет ресурсы.

Правильное описание видео - стратегически важно для поисковых роботов , да и для подписчиков.

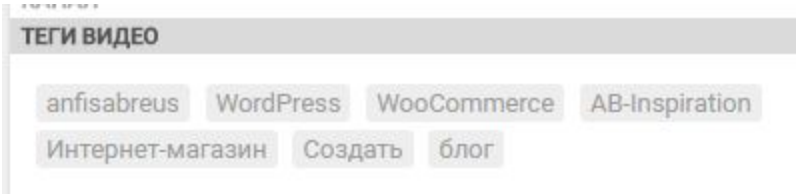
15. Теги видео.

Примеры:





теги



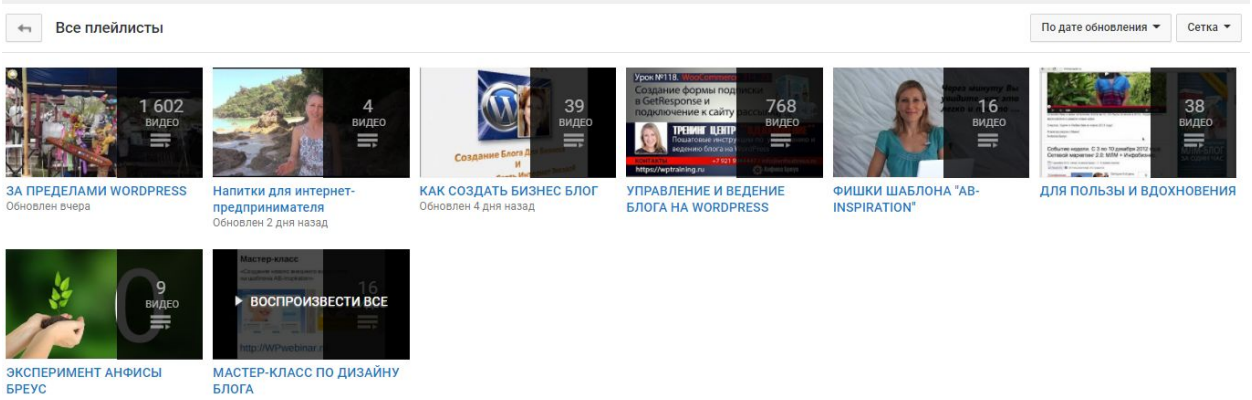
Теги должны быть релевантные – отражающие суть видео. Теги подбирайте под стать описанию: Первые 8-10 тегов описывают Ваше видео, его содержание. Вторые 5 -10 тегов описывают смежные темы, это более высокочастотные запросы. Третий компонент тегов – брендирующие теги - название канала, фамилия автора.

Вторую и третью часть тегов можно прописать во внутренних настройках.

Часть тегов добавлять при заливке ролика.

Можно и нужно доработать.

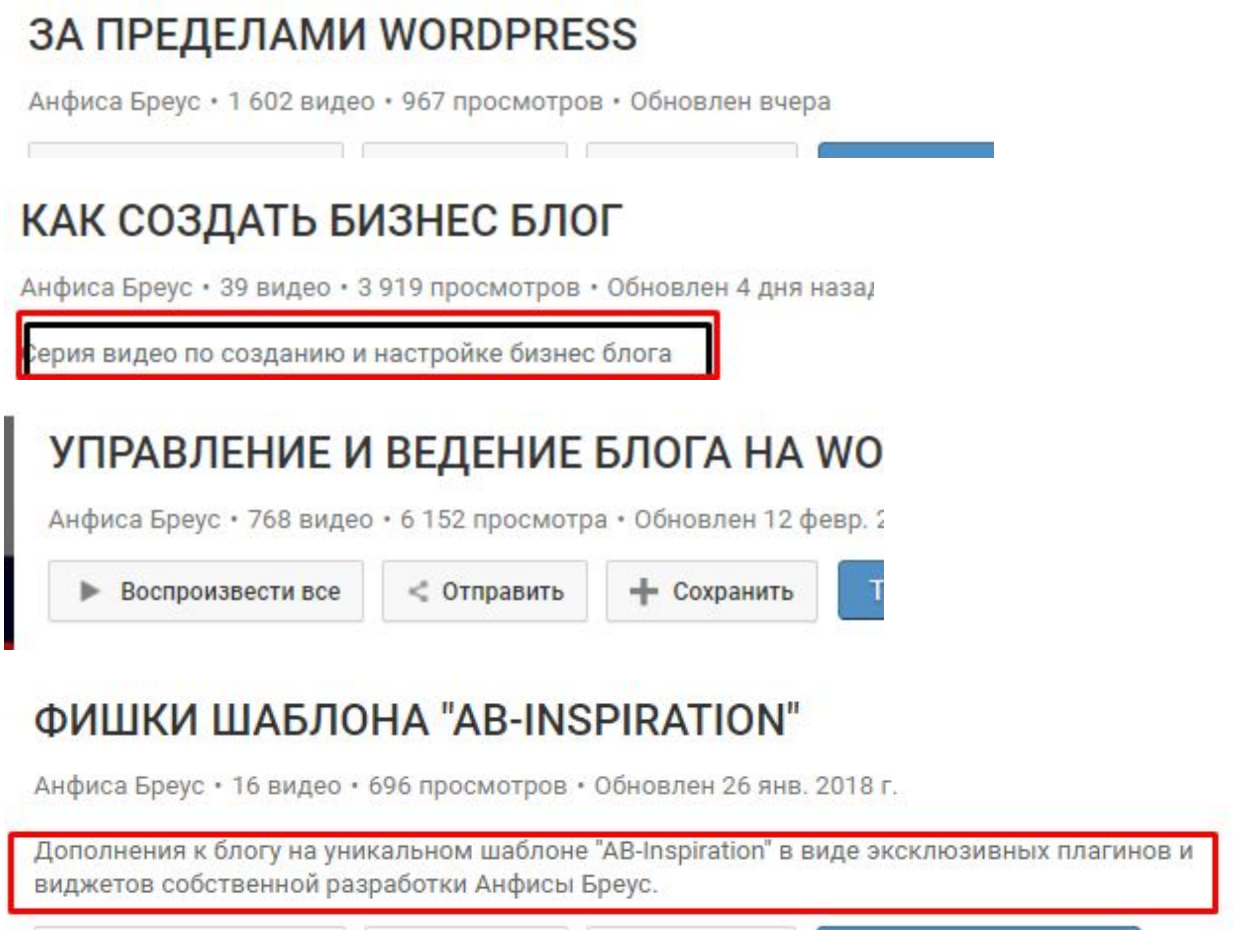
16. Плейлисты



Плейлисты созданы. Но они не оптимизированы под поисковые запросы. В одном плейлисте 767 видео (можно и нужно разделить на более мелкие темы).

Создайте плейлисты для Ваших видео под ключевые поисковые запросы и тематики видео (эффективнее работают плейлисты, в которых более 20 видео).

Описание плейлистов.



Описания плейлистов нет.(или очень мало). В описании могут быть ссылки на Ваши ресурсы.

Оптимизированные плейлисты также участвуют в продвижении и в поисковой выдаче попадают на первые страницы.

Есть варианты очень эффективной работы плейлистов.

Можно добавлять в свой плейлист чужие видео, которые находятся в топе выдачи, чтобы поднимать в выдаче свой плейлист.

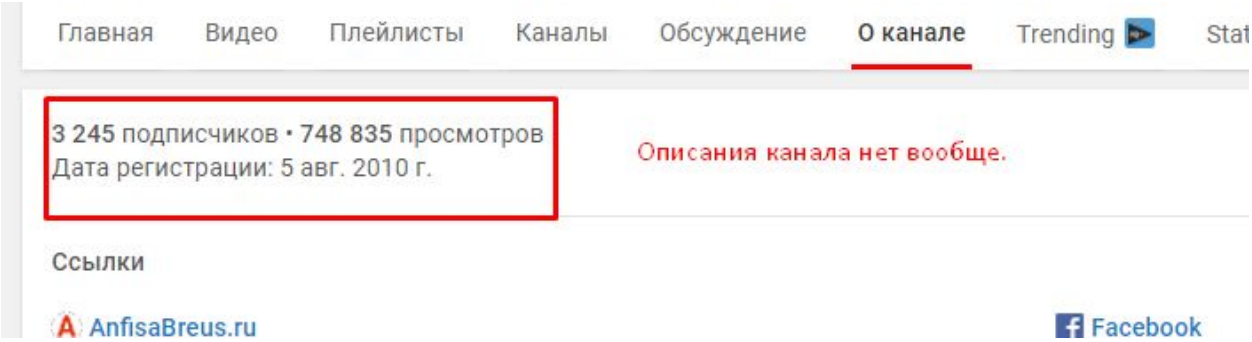
17. Каналы

Можно найти близкие Вам по тематике и по количеству просмотров и подписчиков каналы, обменяться с ними ссылками в разделе рекомендованных каналов.

Коллаборация и сотрудничество с другими авторами позволит Вашему каналу развиваться еще активнее.

(добавленные в этот раздел каналы отображаются на главной странице канала - пункт 5).

18. О канале



Описания канала нет вообще.

Однако в описании можно использовать до 1000 символов.

Можно подробнее раскрыть каждую тему. Добавить информацию об авторе канала.

И в текст описания обязательно включать ключевые слова канала.

Добавить призыв к действию.

19. Ссылки

В разделе “ О канале” есть 5 ссылок.

Можно добавить ссылки на другой сайт(сайты), на другие социальные сети

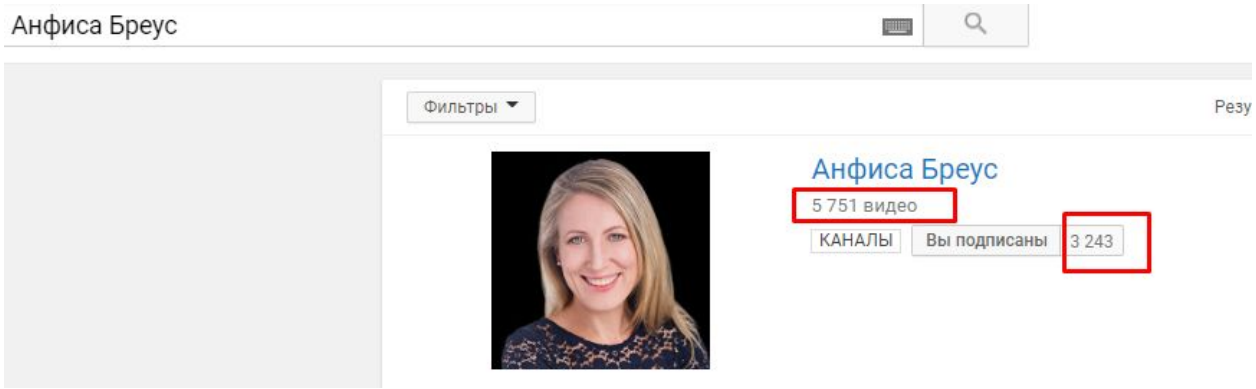
20. Ключевые слова канала

Это все ключевые слова канала. Очень мало.

Ключевые слова должны соответствовать тематике канала. Можно добавить 10-15 ключевых слов по содержанию видеороликов. По мере развития канала вы можете корректировать ключевые слова согласно тематике, трендам и приоритетам.

Вот такой экспресс- анализ канала можно сделать по внешнему виду, не углубляясь в аналитику канала (аналитика канала дает огромное количество информации по удержанию аудитории, по источникам трафика, по возрасту и полу аудитории, по местам воспроизведения и т.д. для корректировки действий).

Работа проделана большая.



На канале 5 751 видео!

Но из-за того, что канал недостаточно оптимизирован, нет стратегии его развития, не создано семантическое ядро, канал трудно найти людям (которые о Вас еще ничего не знают) и для поисковых роботов очень мало информации.

(Не создано семантическое ядро - не выявлены главные ключевые запросы аудитории по теме канала, следовательно, они не используются в названиях роликов, плейлистов, в описании роликов)

Многие недочеты очень легко устранимы. Многие требуют серьезной проработки.

Рекомендации.

1. Сделать более понятное внешнее оформление Вашего канала.

Его нужно сделать наиболее привлекательным как для подписчиков так и для поисковых систем. (шапка, превью, интро, аутро, логотип)

2. Стабильно выкладывать на канал видеоконтент (2 ролика в неделю). У Вас это получится легко.

3. Ролики создавать согласно стратегии (проработать семантическое ядро, выявить запросы Вашей целевой аудитории, посмотреть, где по ключевым запросам маленькая конкуренция в выдаче - их делать в первую очередь.)

Можно использовать ранее записанные видео, тренинги и т.д. Просто нарезать ответы на часто задаваемые вопросы.

4. Проработать внутренние настройки канала, добавить ключевые слова канала, ключевые слова видео.

5. Делать при заливке ролика его описание и всю нужную настройку под YouTube запросы с целью выхода в ТОП. Оптимизировать наиболее важные и интересные старые ролики.

6. Доделать интеграцию канала YouTube с социальными сетями, сайтами и другими ресурсами. Это увеличит посещаемость видеороликов и даст настоящие полные просмотры.

7. Внедрить в ролики YouTube специальные триггеры для

увеличения активности пользователей (эффективные оверлеи и правильные

подсказки, конечные заставки).

8. Оптимизировать и усилить тематические плейлисты с видео.

9. Ежемесячно делать анализ статистики по каналу на основании

показаний YouTube аналитики и других смежных сервисов.(для корректировки действий.)

Работы много. Если ее выполнить, то при том количестве авторского и очень полезного и нужного людям материала, канал на YouTube станет гораздо большим и мощным источником трафика на Ваши сайты, интернет-магазин, тренинги и мастер-классы и со временем может сам превратиться в актив, приносящий хороший доход.

Это лишь небольшие рекомендации, которые я могу дать, не зная Ваших целей и планов (и анализируя только то, что видно снаружи).

Выполнила Татьяна Мачхелян.

Оптимизация и продвижение YouTube каналов.

Создание под ключ.

Администрирование.

тел.+7- 911-221- 09- 44

e-mail: mtg_spb@mail.ru