

2018-02-05 Экспресс-аудит YouTube канала Владимира Лысых

[Vse ottenki zdorovya!](#)

Сделано по внешнему виду и настройкам, которые видны (без использования аналитики канала).

1. Шапка и значок.

Фон радостный.

На аватарке три человека - мелко и зеленые футболки сливаются с зеленым фоном деревьев.



Может быть лучше что-то более контрастное..

“Мой выбор здоровье”- читается не очень хорошо.

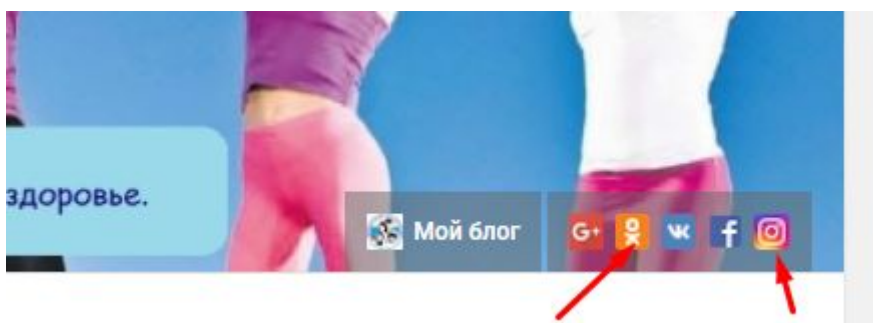


Текст сразу дает понять, о чем канал. Может немного подкорректировать шрифт и расположение. (Для тех кто плохо видит)



Видеоблог Владимира Лысых - очень хорошо для продвижения бренда.

Ссылки на блог и 5 социальных сетей.



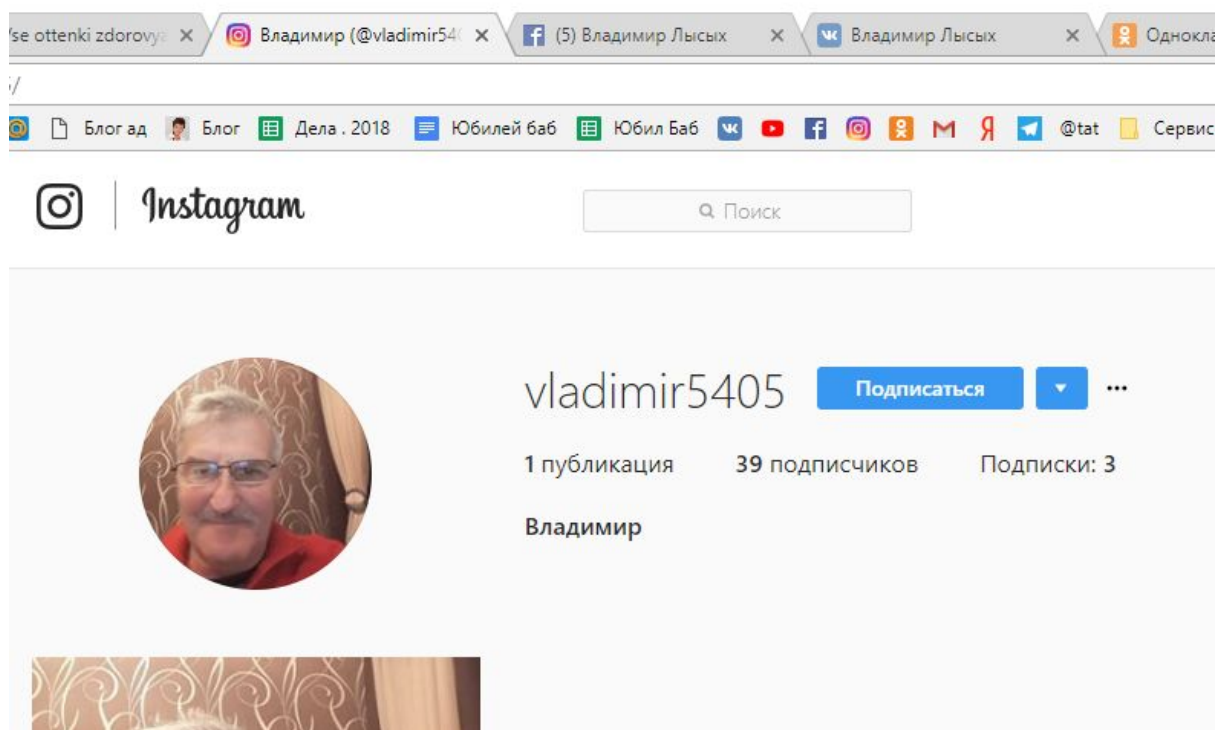
При переходе на Одноклассники-



Этой страницы нет на ОК

Но есть много других

При переходе на инстаграм -



Ссылка не та.

Нет ссылки на Твиттер. Эта соцсеть очень важна для YouTube.

Нет расписания выхода роликов. Важно для приверженцев канала.

2. Название канала.

Vse ottenki zdorovya!

Название красивое и креативное и написано латинским шрифтом. Но вряд ли кто-нибудь в поисковом запросе напишет Vse ottenki zdorovya!

В названии желательно использовать высокочастотный или среднечастотный запрос.

3. Трейлер для новых зрителей.

Трейлера для новых подписчиков нет.

4. Разделы на главной странице.

На главной странице всего два раздела. Можно настроить побольше по вертикали (можно выбрать плейлисты самые интересные)

Главная страница настраивается для удобства зрителей и, конечно, для роботов.

Для них мелочей нет!

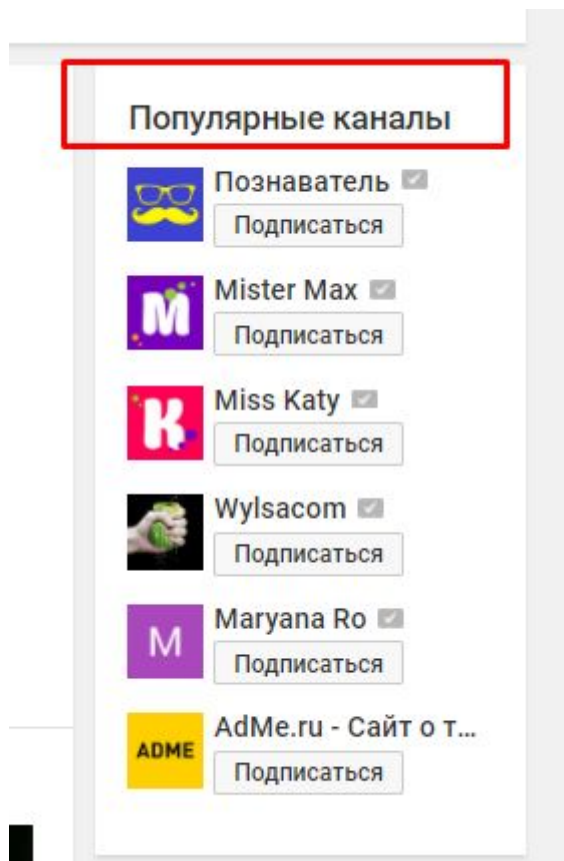
Добавляются разделы с плейлистами, новыми видео и т.д.

The screenshot displays a YouTube channel interface. At the top, there is a section titled "Все видео" (All videos) with a horizontal scroll of five video thumbnails. Each thumbnail includes a title, view count, and upload time. The titles are "Запуск Double X. Видео 7", "Запуск Double X. Видео 2", "Запуск Double X. Видео 4", "Запуск Double X. Видео 3", and "Запуск Double X. Видео 5". Below this is a section titled "Все плейлисты" (All playlists) with a horizontal scroll of five playlist thumbnails. The titles are "YouTube", "Сахарный диабет", "Nutrilite и профессиональный спорт", "Ковальков Алексей", and "Интернет-возможности для бизнеса". A small "AD" icon is visible in the top right corner of the screenshot.

5. Похожие и рекомендуемые каналы.

Есть популярные каналы, но нет рекомендованных.

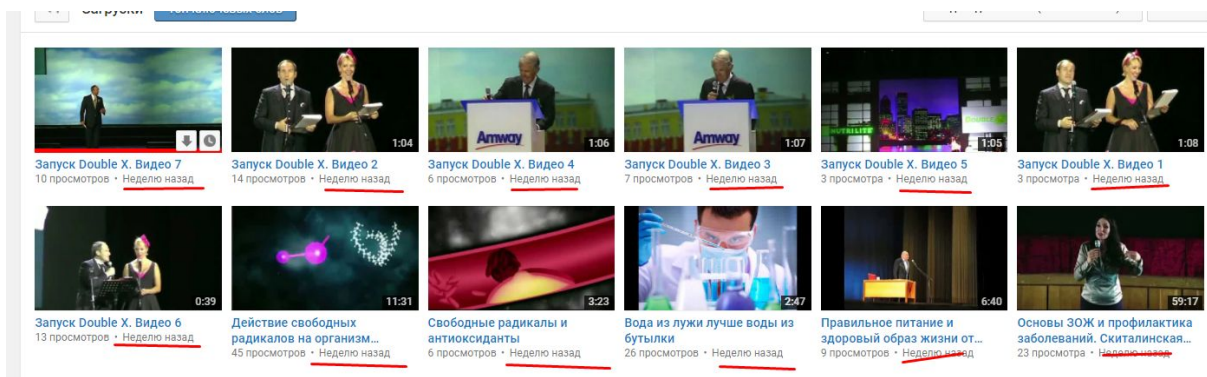
Можно взаимодействовать с каналами близкими по тематике и по количеству просмотров и подписчиков. Можно обменяться ссылками в разделе "Рекомендованных каналов". Нет сотрудничества с другими каналами для более быстрой раскрутки .



6. Все видео.

Значков видео (превью) в едином стиле нет. Нет ярких картинок и дополнительных надписей, привлекающих внимание зрителей.

Нет регулярности выхода роликов. Иногда по несколько роликов в день. Сам YouTube приветствует выход новых роликов и продвигает их. Но когда на канале выходит куча роликов за один день, то они "конкурируют" между собой. Можно загрузить много роликов сразу, но пусть они выходят по плану. Бывают перерывы.



7. Системность размещения видео.

Оптимально 2-3 ролика в неделю по графику(можно использовать функцию отложенной публикации).

8. Типовое видео с канала.

Интро (видеозаставка) может где-то и есть, но в последних роликах я не видела.

9. Взаимодействие со зрителями.

Лайки, комментарии, ответы на комментарии - очень важны для YouTube.

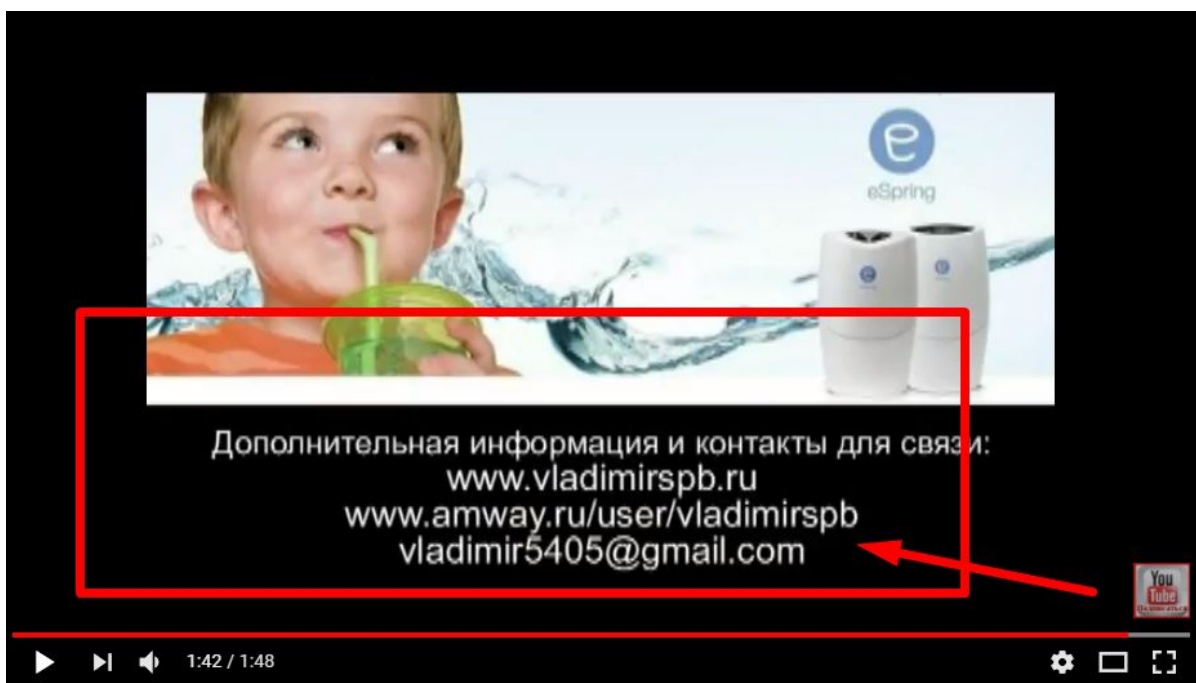
Взаимодействие с подписчиками в последних роликах не видела.. Есть лайки, но не очень много. Если нет прямого обращения в ролике к зрителям, то можно обращаться к ним и задавать вопросы в первом комментарии к видео.

10. Подсказки.

Подсказки в последних роликах не используются.

11. Закрывающие окна.

Закрывающие окна не используются. Есть только такой кадр



Вода - источник жизни



Vse оттенки здоровья!

✓ Вы подписаны

🔔 641

↓ Скачать 360



6 просмотров



Добавить в



Поделиться



Ещё



0



0

Опубликовано: 22 июн. 2017 г.

Информация есть, но ссылки не активны.

На закрывающем окне можно размещать миниатюры других видео, плейлистов, ссылки на сайт и на кнопку "Подписаться". На закрывающем окне должен быть призыв к действию.

Когда канал будет участвовать в партнерской программе YouTube, то на закрывающем окне можно будет разместить ссылку на связанный вебсайт.

12. Названия роликов.

Отражают суть видео.

Привлекают внимание.

Однако их лучше подстроить под ключевые запросы. (просто чуть-чуть изменять).

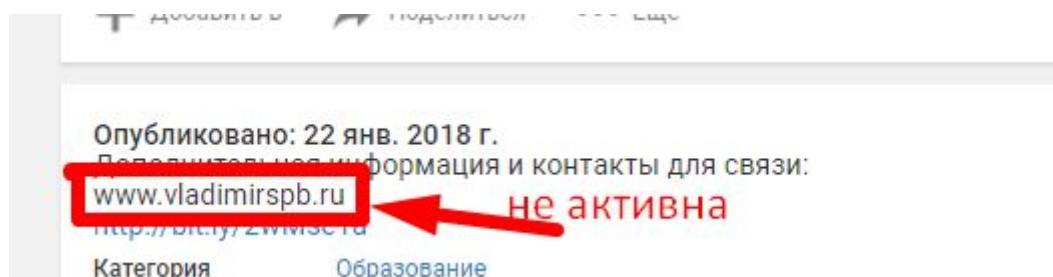
И в названии можно использовать даже два ключевых запроса.

13. Описание видео.

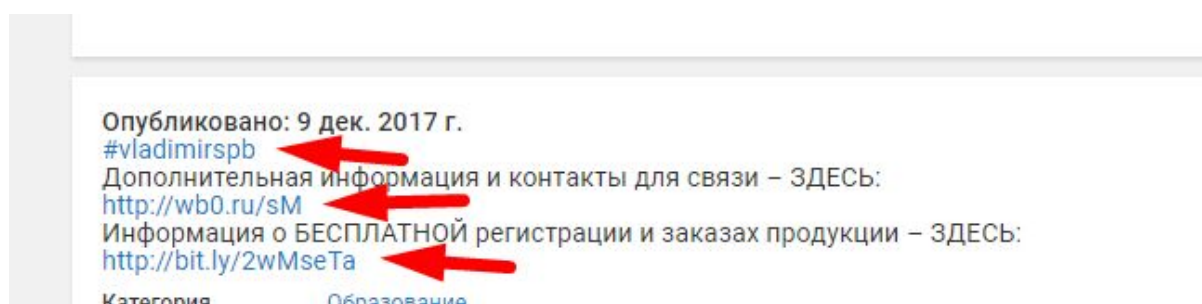
Описание раскрывает суть видео. Не используется. Есть ссылки на сайт. Но часто ссылка не активна.

В описании видео можно использовать до 5 000 символов.

Важно вплетать в описание ключевые слова.



Есть активная ссылка на страницу на сайте Амвэй



Здесь все ссылки активны! Используется личный хештег!

Ссылки видны под роликом . Это хорошо.

Не используется транскрибация текста ролика.

В конце описания ролика должны быть ссылки на плейлисты, социальные сети, сайт. (Ничего этого нет). Не используются настройки видео (внутренние). Там один раз можно прописать очень много информации, которая не меняется. И она автоматом будет подставляться в новый ролик.

14. Теги видео.

Теги есть. Но они в каждом видео одинаковы.

В идеале:

Первые 8-10 должны описывать суть видео.

Следующие 5-10 тегов описывают общую тематику и смежные темы.

Третий компонент тегов - брендирующие теги (название канала, имя автора).

Например: Видео от 22.01.2018

Запуск Double X. Видео 7



Vse ottenki zdorovya!



Вы подписаны



649



Скачать

360



Добавить в



Поделиться

Ещё

Опубликовано: 22 янв. 2018 г.

Дополнительная информация и контакты для связи:

ТЕГИ ВИДЕО

Nutrilite Amway Wellness Бренды Амвэй Бренды Amway
Владимир Лысых Оптимальное здоровье Тестирование
Диагностика Красота Спорт Физкультура Коррекция веса
Похудание Снижение веса Здоровье Мотивация
Витамины Нутрициология Врач-нутрициолог Минералы
Микроэлементы Профилактика Профилактическая медицина
Болезни Дадали Юлия Бастригина Оксана Скиталинская
Сетевой бизнес Медицина Помощь Как заработать
Санкт-Петербург bodykey

5. Генеральный Директор Amway Китай Ева Ченг. Москва: 09.09.10



Vse ottenki zdorovya!



Вы подписаны



641



Скачать

360



Добавить в



Поделиться

Ещё

Опубликовано: 3 мая 2017 г.

Теги этого видео



15. Плейлисты.

Плейлисты созданы. Их много. Есть плейлисты, в которых очень много видео! (Можно разделить). Описания плейлистов нет вообще. Важно для зрителей и поисковых роботов.

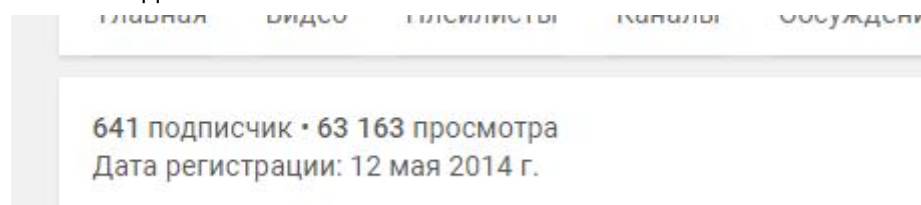
Названия плейлистов необходимо создавать под поисковые запросы, они должны активно участвовать в продвижении.

Плейлисты могут работать эффективнее. Есть варианты.

16. Раздел “О канале”.

Описание канала.

Канал создан



Описания очень мало.

Можно использовать до 1000 символов, чтобы было больше информации для людей. Хорошо бы добавить призыв к действию. Необходимо использовать в тексте как можно больше ключевых слов для поисковых роботов..

Описание

Канал содержит видеоматериалы по вопросам правильного питания, коррекции веса, достижения и поддержания оптимального здоровья!

Дополнительно

17. Ссылки в разделе “ О канале”

Ссылок много и это хорошо.

Ссылки

 [Мой блог](#)

 [ВКонтакте](#)

 [Instagram](#)

 [Группа "Все оттенки Здоровья"](#)

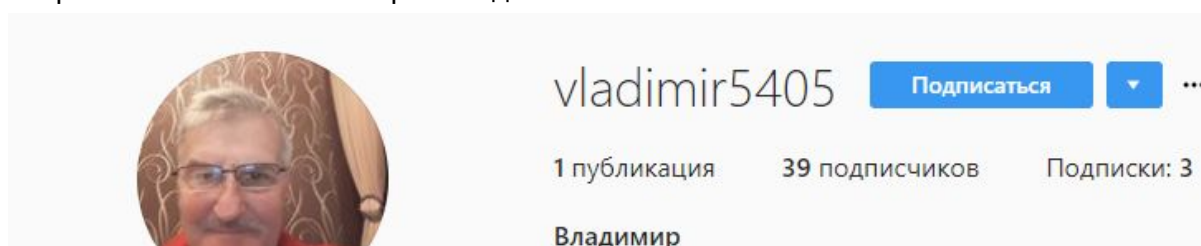
 [Одноклассники](#)

 [Facebook](#)

 [Моя страница Amway](#)

 [Google+](#)

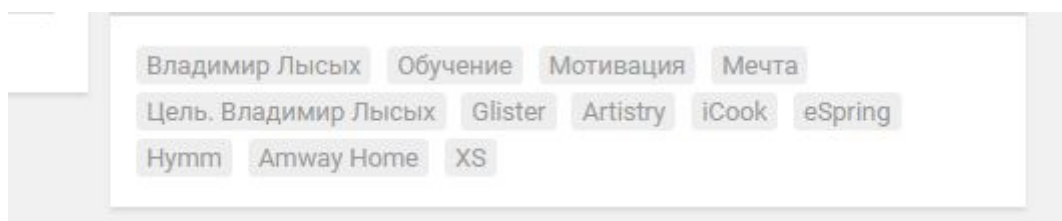
Исправить ссылки на инстаграм и одноклассники



Этой страницы нет на ОК

Но есть много других

18. Ключевые слова канала.



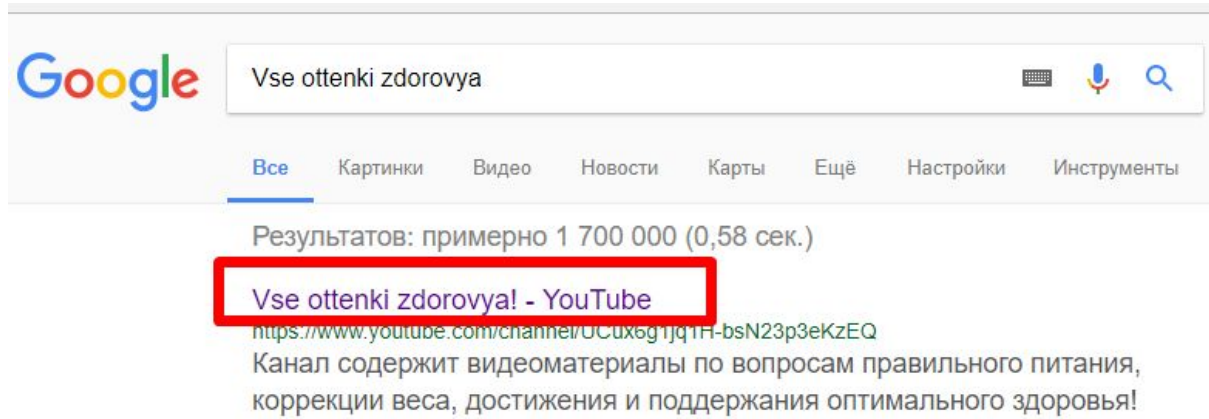
Ключевые слова должны соответствовать тематике канала и они должны быть высокочастотными. Рекомендуется добавить часть ключевых слов по содержанию видеороликов. По мере развития канала ключевые слова можно корректировать согласно теме, трендам и приоритетам.

Вот такой экспресс- анализ канала можно сделать по внешнему виду, не углубляясь в аналитику канала. (аналитика канала дает огромное количество информации для корректировки действий).

Работа проделана очень большая . На канале много роликов, есть подписчики.

Но из-за того, что канал недостаточно оптимизирован, не создано семантическое ядро (не выявлены главные ключевые запросы аудитории по теме канала, следовательно, они не используются в названиях роликов, плейлистов, в описании роликов), канал трудно найти людям и для поисковых роботов очень мало информации. А из-за того, что иногда в день выходит много роликов, то они конкурируют между собой и сам YouTube не знает какой ролик продвигать

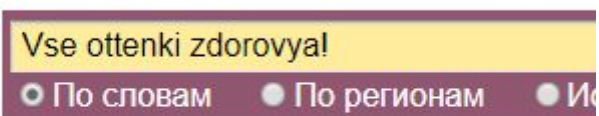
Конечно, по запросу Vse оттенки здоровья! в поиске Google Ваш сайт будете первым.



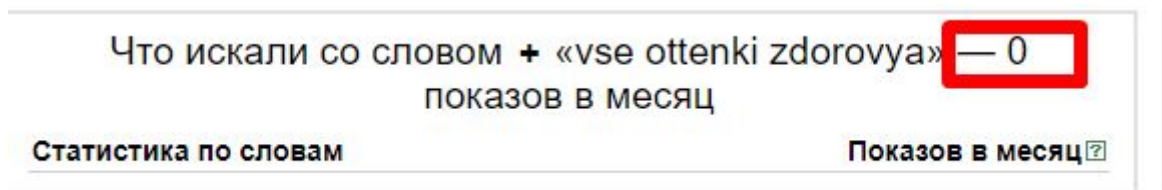
Но много ли людей забьет в поиск такие слова ?

В поиске Яндекс:

[Директ](#) [Справочник](#) [Метрика](#) [Рекла](#)



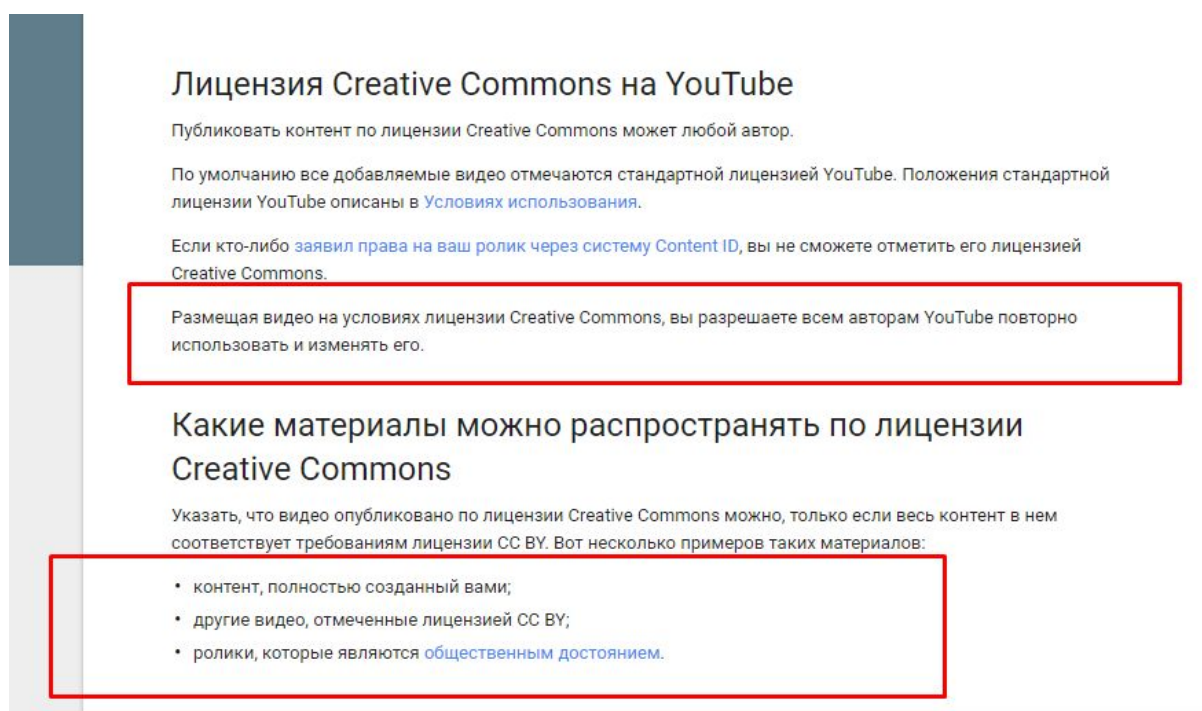
Неверно задан запрос



Многие недочеты очень легко устранимы. Некоторые требуют серьезной проработки.

И, если, канал оптимизировать под поисковые запросы (создать семантическое ядро), с помощью YouTube-аналитики проанализировать удержание аудитории и другие параметры (их много), создать стратегию развития канала, сделать правильно внутренние и внешние настройки, а потом создавать и заливать ролики в соответствии со стратегией, то канал на YouTube может стать мощным источником трафика на Ваши сайт, страницу в Амвэй и со временем может сам превратиться в актив, приносящий доход.

Справка:



The screenshot shows a YouTube help page titled "Лицензия Creative Commons на YouTube". It explains that content can be published under a Creative Commons license. It notes that by default, videos are marked with the standard YouTube license, with details in the "Terms of Use". It also states that if someone claims rights to your video via Content ID, you cannot mark it with Creative Commons. A red box highlights the text: "Размещая видео на условиях лицензии Creative Commons, вы разрешаете всем авторам YouTube повторно использовать и изменять его." Below this is the section "Какие материалы можно распространять по лицензии Creative Commons", which states that content can be marked with Creative Commons only if it meets the requirements of the CC BY license. A red box highlights a list of examples: content fully created by you, other videos marked with CC BY, and videos that are public domain.

Лицензия Creative Commons на YouTube

Публиковать контент по лицензии Creative Commons может любой автор.

По умолчанию все добавляемые видео отмечаются стандартной лицензией YouTube. Положения стандартной лицензии YouTube описаны в [Условиях использования](#).

Если кто-либо [заявил права на ваш ролик через систему Content ID](#), вы не сможете отметить его лицензией Creative Commons.

Размещая видео на условиях лицензии Creative Commons, вы разрешаете всем авторам YouTube повторно использовать и изменять его.

Какие материалы можно распространять по лицензии Creative Commons

Указать, что видео опубликовано по лицензии Creative Commons можно, только если весь контент в нем соответствует требованиям лицензии CC BY. Вот несколько примеров таких материалов:

- контент, полностью созданный вами;
- другие видео, отмеченные лицензией CC BY;
- ролики, которые являются [общественным достоянием](#).

Если информация интересна, можно пообщаться в скайпе (с демонстрацией канала на экране).

С уважением, Татьяна Мачхелян.
(Настройка и продвижение каналов на YouTube).