

Около года назад я задумался, как бы добавить больше мужской аудитории в свой салон. Судьба меня свела с Алексеем Шулеповым. Он предложил возглавить направление мужских стрижек на канале BE BIGGER. Я согласился. Сделали первое видео, второе, одиннадцатое.

Теперь мужчины пишут, звонят с вопросами, записываются на стрижки, а некоторые даже приезжают из других городов. Десятки новых клиентов приходят ежемесячно в салон Custom Cut.

*Андрей Дрязгов, парикмахер-стилист*  
[youtube.com/BeBigger](https://youtube.com/BeBigger)

Где-то через месяц после того, как видео «Обзор квартиры-студии 34 м²» начало набирать обороты и попадать в рекомендации, с YouTube-канала пришел первый клиент. Сейчас заявки на дизайн интерьера, приходящие к нам с YouTube-канала, составляют 60 % общего количества заявок. Каждый месяц мы заключаем два договора с людьми, которые сначала посмотрели наши видео. Вот такая статистика.

*Павел Герасимов,  
сооснователь студии дизайна Geometrium  
[youtube.com/Geometrium](https://youtube.com/Geometrium)*

Это как новый вид нетворкинга. YouTube-канал открывает для нас двери к тем людям, к которым раньше нам было не с чем прийти. Потому что люди, посмотрев видео, уже понимают — кто мы, что мы собой представляем, сами решают — иметь с нами дело или нет.

*Никита Челноков,  
предприниматель, отельер  
[youtube.com/Отельеры](https://youtube.com/Отельеры)*

**Звезда YouTube**

**Алексей Шулепов**

# **ЮТУБИНА СИЛА**

**YouTube для бизнеса.** Как продавать товары и услуги и продвигать бренды с помощью видео



Издательство  
**АСТ**  
Москва

УДК 004.7  
ББК 32.973.202  
Ш95

*Все права защищены. Никакая часть данной  
книги не может быть воспроизведена в какой  
бы то ни было форме без письменного  
разрешения владельцев авторских прав.*

**Шулепов, Алексей Валерьевич.**

Ш95 ЮтубинаСила. YouTube для бизнеса. Как продавать товары и услуги и продвигать бренды с помощью видео / Алексей Шулепов. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 240 с. — (Звезда YouTube).

ISBN 978-5-17-112769-5

Зарабатывать, не выходя из дома, — мечта миллионов! И она вполне исполнима! Испробовали популярные сервисы Яндекс.Директ и разные виды рекламы, но безрезультатно? Тогда мы идем к вам, потому что продвижение через YouTube — интересно и эффективно! Это книга от создателя каналов, которые уже принесли миллионы рублей и миллионы лайков. Алексей Шулепов — автор и продюсер YouTube-канала для мужчин Be Bigger. А это 175 тысяч подписчиков и 25 миллионов просмотров!

Используя рекомендации из книги, вы сможете создать продающий канал, который приведет клиентов и принесет прибыль в любой сфере: дизайн, строительство, организация мероприятий, психология и т. д.

В книге нет теории и пространных рассуждений, только точная информация, которая шаг за шагом ведет к нужному результату, — продажи, новые клиенты или продвижение личного бренда.

Вы получите:

- правильно созданный и оформленный канал YouTube;
  - советы, которые помогут попасть в топ поиска;
  - готовые решения для самых распространенных проблем;
  - работу над ошибками для тех, кто пока не может раскрутить свой канал.
- Сделайте свой канал продающим!

Макет подготовлен редакцией



ISBN 978-5-17-112769-5

© Шулепов А. В., 2018  
© ООО «Издательство АСТ», 2019

# СОДЕРЖАНИЕ

Кто тут молодец? .....	7
Как вы получаете клиентов? .....	9
Привет! .....	15
Кому стоит читать и зачем? .....	19
Сила YouTube .....	23
Чем YouTube отличается от других соцсетей? .....	24
Концепция канала .....	35
Цель .....	36
Аудитория .....	38
Формат .....	43
Создание канала и настройки .....	49
Профили — в чем разница .....	50
Создаем новый канал, назначаем администратора . . .	52
Настройки. Внешний вид канала .....	59
Оформление канала — важные детали .....	62
Название канала .....	69
«Творческая студия» — дополнительные возможности .....	71
Сценарий видео. Удержание аудитории .....	75
Сценарий видео .....	76
Особенности сценария влога .....	85
Поиск идей для видео и поиск вдохновения .....	87
Механика привлечения клиентов на YouTube. «Рыбалка» .....	100
Общение с аудиторией .....	105
Критика и троллинг — как реагировать .....	110
Как измерить вовлеченность аудитории .....	113

## Содержание

---

Продакшн: съемка и монтаж .....	121
Выбор камеры .....	122
Запись звука .....	128
Свет .....	132
Композиция .....	135
Работа на камеру .....	139
Музыка в видео .....	146
Авторские права .....	147
Монтаж .....	155
Продвижение .....	157
SEO-оптимизация .....	158
«Посев» и реклама .....	172
Зачем быть похожим? .....	188
Трейлер канала: стоит ли его делать? .....	191
YouTube-канал без бюджета .....	194
Вирусное видео. Кому оно нужно? .....	197
Монетизация .....	201
Партнерская программа YouTube .....	202
Ограничение на монетизацию .....	204
Популярность .....	207
Пять ошибок, которые мешают достичь цели .....	213
Ошибка № 1 — не определиться с целью .....	214
Ошибка № 2 — начать с поиска оператора .....	217
Ошибка № 3 — снять скучное первое видео .....	218
Ошибка № 4 — забыть о зрителях .....	221
Ошибка № 5 — не изучить матчасть .....	223
Стоит ли загружать видео ВКонтакте и в каких случаях? .....	224
Оживление «мертвого» канала .....	231
Что делать дальше? .....	238

# КТО ТУТ МОЛОДЕЦ?

Спасибо тебе, что прочитал эту книгу! Обязательно внедряй знания, так как книга за тебя этого не сделает. Если прочитанное уже принесло тебе пользу, присоединяйся к моим благодарностям, ведь книга — это результат совместных трудов разных специалистов.

Спасибо редактору Анне Сватовской! Благодаря ей мои знания и опыт обрели форму книги и теперь доступны каждому, кто не разучился читать в эпоху доминирования видеоконтента. Анна направляла меня на протяжении всего пути, выдержала мой перфекционизм, учла все пожелания и добилась того, чтобы сроки работы были соблюдены и книга отправилась в печать вовремя.

Благодарю своих друзей и экспертов: Екатерину Кононову, Александра Перова и Виктора Пастернака! Я знаю, что вы — люди, по-настоящему увлеченные своим делом и отдающие ему максимум времени. Поэтому я вдвойне благодарен вам, что нашли в своем расписании окно и написали развернутые

экспертные комментарии. С ними книга имеет еще большую ценность для читателей.

Спасибо коллеге по YouTube — Александру Касумову! Который, как и я, самостоятельно прошел путь выстраивания своего канала с нуля и поделился своими взглядами на продвижение бизнеса через эту платформу.

Благодарю всех своих клиентов и особенно — Павла Герасимова, Алексея Иванова, Никиту Челнокова и Артура Подробенникова! Результаты ваших YouTube-каналов — отличная демонстрация того, как бизнес встречает своих клиентов на YouTube, а также подтверждение моего профессионализма. Я радуюсь вашим успехам и благодарен за возможность работать вместе.

Спасибо Яну Донскову за иллюстрации к этой книге! Для него это была новая задача, и он с ней отлично справился! Вы ведь смогли отличить изображение парня от девушки в этой книге? Значит, он справился.

И спасибо всем, кто так и иначе поучаствовал в создании этой книги. Я не смогу перечислить всех, я даже не обо всех знаю. Большое вам спасибо!



**КАК ВЫ  
ПОЛУЧАЕТЕ  
КЛИЕНТОВ?**

Этот вопрос я часто задаю на первой встрече или телефонном разговоре с теми, кто хочет заказать создание YouTube-канала для бизнеса. И время от времени слышу:

— Через Яндекс Директ, — так ответил мне генеральный директор строительной компании Геннадий.

— Сколько вы на это тратите? — уточнил я.

— Мы платим 25 тысяч в месяц компании, которая настраивает контекстную рекламу. Правильно, я говорю, Виктор Андреевич? — обратился он к мужчине, сидевшему за столом позади него.

— Уже тридцатник в месяц! — поправил его коммерческий директор. — Это только за работу и 120 тысяч каждый месяц закидываем в сам Яндекс Директ. И это еще немного. Я слышал, что наши конкуренты из офиса напротив тратят в три раза больше.

— А сколько же клиентов вы получаете, тратя 150 тысяч в месяц? — Я продолжал задавать вопросы. Эти люди пригласили меня к себе в офис, чтобы узнать о возможности привлечения клиентов через YouTube. И я спрашивал не просто из любопытства.

— В прошлом месяце у нас было 63 заявки. Из них 8 заказали у нас ремонт под ключ.

— То есть один клиент вам обходится в...

— 18 750 рублей.

— А чтобы их количество росло или хотя бы оставалось на том же уровне — нужно постоянно кормить Яндекс Директ?

— Да. А что можете предложить вы?

Чем закончился этот разговор, я расскажу позже, а сейчас хочу показать другой подход.

Аналогичные вопросы я задал Александру Касумову — владельцу строительной компании «СВ-Фундамент» и автору YouTube-канала «Строй и Живи».

— Откуда вы получаете клиентов на строительство домов?

— 100% с YouTube.

— Как вы пришли к тому, что YouTube стал для вас рекламной площадкой?

— Посмотрел на других предпринимателей на YouTube.

— Сколько вы тратите на производство видео и их продвижение в месяц?

— На производство — 70 тысяч рублей (зарплата видеографа), на продвижение — 0 рублей.

— А новичок, который захочет создать канал по этой же или схожей тематике, сможет

продвигаться с такими же вложениями или на старте потребуется значительно больше?

— Сможет. У меня на старте была только камера за 12 000 рублей и видеограф с зарплатой в 35 тысяч.

— Какие еще инструменты/площадки для привлечения клиентов вы используете?

— Никаких, хотя стали развивать группу в ВК и Инстаграм, но там, как правило, наши поклонники с YouTube.

— Что думаете про Яндекс Директ и привлечение клиентов через этот инструмент?

— Я давно уже бросил платить Яндекс и бороться за место под солнцем, повышая рекламные бюджеты и снижая стоимость своих услуг, чтобы выиграть тендер у ищущих похожие услуги в Яндексе. Через полгода после начала работы над каналом я получил первый заказ на строительство дома. Это было зимой, в декабре 2015 года (нужно учесть, что зима — это самая плохая и глухая пора для строителей). Дальше все пошло как по маслу. Уже весной 2016 года у меня трудились три бригады над строительством трех параллельных домов, осенью 2016-го их стало пять, и так же, не снижая темпа, мы прожили всю зиму. То есть строили примерно по пять домов в месяц. Весной 2017 года бригад стало десять, осенью того же года — двадцать.

Весной 2018 года количество бригад достигло тридцати и остановилось. Примерно с такой же скоростью рос мой проектный отдел. Ведь все эти дома разные, и их нужно проектировать. Сейчас проектный отдел насчитывает 35 проектировщиков. Это по Питеру. Весной 2016 года я открыл два представительства в Москве (YouTube смотрит вся РФ, но не только поэтому), летом открыл в Киеве. Далее Казань, Иркутск, Краснодар, Ростов, Чебоксары, Челябинск, Ростов-на-Дону, Вологда, Петрозаводск и так далее.

Вся прелесть YouTube-канала для бизнеса — возможность подачи рекламы сразу везде, где смотрят YouTube и говорят на русском языке. Если подключить субтитры, то можно и не ограничиваться русскоязычной аудиторией. У меня много заявок из Латвии, охвачены почти все европейские страны, Монголия, Куба, Индия. Это что касается именно заказов. А по заявкам (их принято называть лидами) у меня зафиксирован рекорд прошлым летом — 70 заявок на строительство домов в день!

\* \* \*

Итак, преимущества YouTube для продвижения бизнеса перед другими ресурсами на сегодняшний день очевидны, и самое главное из них — равные

возможности для всех. Не имея огромного стартового капитала, но имея идеи, голову и руки, вооружившись доступной техникой для создания видео и толковым руководством, например этой книгой, вы можете выйти со своими предложениями на большой рынок, донести информацию о своей компании до всех, кто говорит с вами на одном языке. Даже если в вашей нише высокая конкуренция — YouTube дает возможность каждому заявить о себе с помощью оригинальной подачи материала, запоминающегося образа и экспертности и уникального подхода к решению профессиональных задач. И — что не менее важно — работа по созданию канала на YouTube — это творческая деятельность, овладеть которой под силу каждому, если у вас достаточно времени и терпения!

К сожалению, консервативно настроенного генерального директора убедить в преимуществах продвижения при помощи YouTube-канала мне не удалось. И очень жаль, потому что, в то время как бизнесы моих клиентов стремительно наращивают обороты, строительная компания, не желавшая меняться и играть по новым правилам, медленно угасает.

А вместе с ней сотни таких же бизнесов, которые делают упор не на уникальное торговое предложение, не на качество товаров и услуг и не на

Привет!

---

харизму лидера компании, а на гонку рекламных бюджетов.

Если вы тоже все еще сомневаетесь в эффективности YouTube-канала для привлечения клиентов, то читайте дальше. Эта книга изменит ваши представления о продвижении и продажах в Интернете.

Но это не точно!

Эту фразу часто использует Big Russian Boss — известный на YouTube персонаж, в шоу которого много юмора. Часто не очень хорошего. Вот и я хочу, чтобы вы относились к этой книге всерьез, но в меру. Мне важно, чтобы вы понимали, что я обычный человек, у которого получилось достичь некоторых результатов на YouTube. Я готов поделиться с вами своим опытом и хочу, чтобы эту книгу вы воспринимали и усваивали легко, как разговор один на один. Поэтому давайте знакомиться!

## **Привет!**

Меня зовут Алексей Шулепов! Я автор канала [youtube.com/BeBigger](https://www.youtube.com/BeBigger) и YouTube-продюсер. Я любил смотреть видео на YouTube еще с тех времен, когда на этой площадке никто не продвигал бизнес, да и блогеров в русскоязычном сегменте особенно