

Идеи форматов для ютуб канала <https://www.youtube.com/@romarayt/videos>

Первый формат:

Людям нравятся истории успеха. Но так же людям нравятся истории о неудачах. Рубрика с живыми предпринимателями не плохо зацепит аудиторию. Не звать экспертов, это история уже заюзана до дыр и как можно увидеть по просмотрам на других каналах, это мало приносит просмотров. (<https://www.youtube.com/@vladawave/videos> это пример, что экспертность не работает). Тематика маркетплейсов узкая, а истории живых людей могут расширить аудиторию.

Как будет работать: Рома приглашает обычных людей — не “экспертов”, не “топ-1 на WB”, а реальных продавцов с Ozon/WB/Яндекс, у которых был яркий путь: срыв, ошибка, банкротство, перезапуск, первый успех. Видео — не интервью, а формат разговора по душам: страхи, эмоции, деньги, семья, риск. Если кто-то боится светиться, так же можно добавить анонимность (видео с затемнением лица или в маске), пробуждает интерес аудитории и дает возможность людям с трэш историями больше раскрепощения.

Преимущества

- 1) Люди узнают себя. У каждого есть страх перед запуском. Если герой его прожил — зритель втянется.
- 2) Натуральность и честность. Срабатывает TikTok-механика: просто, искренне, от первого лица.
- 3) Эмоции + факты. Страх, ошибка, потом — цифры, вывод, результат. Это качает эмоции.

Так же формат позволит сделать очень кликабельные названия: "Потерял 300 000 на Ozon, но не сдался — история обычного парня из Челябинска", либо имя + цитата героя из видео. И дает контент, который легко разрезать на шорты и нарезки (каждое признание, каждая ошибка — контент).

Второй формат: разбор карточек. Если мы продолжаем игру с маркетплейсами, то этот формат так же будет интересен аудитории (видео про рекламу очень заходит на канале, а дизайн и описание карточки, так же являются рекламой).

И так, в чем же суть. Зритель присылает свою карточку (Рома выбирает из подписчиков или можем выбрать какую-нибудь кринжовую карточку, либо карточку в которой есть юмористические элементы).

В видео быстрый разбор по 4 пунктам:

- 1) Заголовок (и ключи)
- 2) Галерея (изображения + логика)
- 3) Описание / УТП
- 4) Цена и доп.оферы.

Затем идет итог: советы, отметка позитивных сторон карточки и т.д.

И в конце призыв, о том что мы можем разобрать и карточку зрителя. Если есть телеграмм канал, то очень подойдет для рекламы.

Почему этот формат в точку:

- 1) Мы не отклоняемся от курса. В разборе так же присутствует обучение.
- 2) Привлечёт зрителей по узким темам (например, «подгузники», «кухонные ножи», «аксессуары для авто»)
- 3) Повысит комментируемость.
- 4) Названия дают выигрыш в алгоритмах. Например: «Цена огонь, но где клики? Разбор карточки подгузников».

Плюс этого формата, что есть несколько вариаций:

- 1) Карточка профи - разбор хорошо продающегося товара и почему она работает.
- 2) Карточка новичка — формат помощи тем, кто только зашёл в нишу.
- 3) Треш-карточки» — юмористический выпуск: разбираются плохие карточки (но с пользой).

Третий формат: Угадать цену на товар на маркетплейсе.

Механика проста, принимают участие несколько человек, могут друзья или коллеги, и угадывают цены на товар. В конце можно добавить приз.

Будет актуален для канала:

- 1) На маркетплейсах часто абсурдные цены — это вызывает шок, смех или недоверие, а значит, вызывает реакцию.
- 2) Формат легко адаптировать: "Угадай цену детского товара", "цена для дачи", "цена офисного трэша" и т.п.
- 3) Подойдет для короткого контента (Reels / Shorts / TikTok) и развлекательного вовлечения аудитории.

Почему я предлагаю такие форматы и почему они подойдут для данного канала:

- 1) Это гибрид образовательного и развлекательного контента.
- 2) Это развлекательный вход в сложную тему. Даже те, кто далёк от маркетплейсов, с интересом смотрят.
- 3) Вовлечение широкой аудитории.
- 4) Легко привязать к Телеграм-активностям (голосования, загадки, розыгрыши) и курсам.

Как показывает путь других каналов, это рабочий способ увеличить свою аудиторию. Пример (<https://www.youtube.com/@skyengschool>). Создала так же живых и интересных героев, использует свою площадку для продвижения своих курсов.

Первый формат: Рубрика "Выжить на маркетплейсах".

Пример: "Выжить на маркетплейсах: слил все деньги на первую поставку", "Выжить на маркетплейсах: старт с 40 тысяч и комната на съемной квартире".

Второй формат: "Натальная карточка". Например, названия видео: "Натальная карточка #34: кармический долг в отзывах", "Натальная карточка: шторы блэкаут в ретрограде". Очень созвучно с популярным шоу "Натальная карта", но шоу находится в VK поэтому при поиске может высвечиваться, либо попадать в рекомендации любителям гороскопов. Еще название "Дело карточки №...". Примеры названий: "Дело карточки №021: Худи зашло в выдачу — и не вернулось".

Третий формат: "С какой стати, а?", звучит живо, народно и эмоционально — идеально для Reels/Shorts. А так же узнаваемая фраза из мема. Пример: "С какой стати, а? Шапка для кота — 2500₽. Серьёзно?"

