

Задачи руководителя

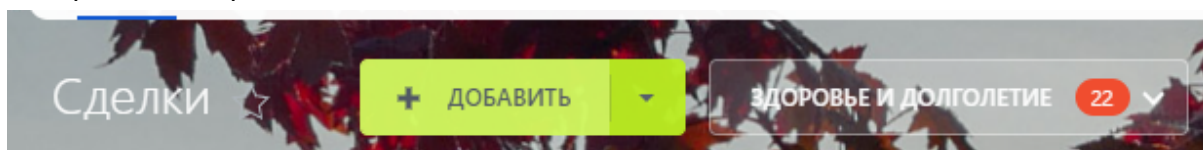
1. Коммуникация с сотрудниками.
2. Продакшн.
3. Анализ канала и каналов конкурентов.
4. Подбор тем и упаковка готовых роликов.
5. Проведение тестов.

Коммуникация с сотрудниками.

1. В первую очередь важно понимать, что вы являетесь связующим звеном между всеми сотрудниками в продакшене. Вы даете им задания, принимаете работу, проверяете работу и передаете ее дальше.
2. Схема взаимодействия: сценарист - диктор - режиссер монтажа - дизайнер.
3. Общение с сотрудниками происходит в чатах в Битриксе. Общаемся уважительно.
4. Чтобы ускорить общение между сотрудниками в чатах и избежать лишних сообщений, вместо “хорошо”, “окей”, “понял” и тд. ставим лайк на сообщение. Также лайк ставится в том случае, если вы прочитали сообщение и приняли к сведенью, согласны с утверждением, выполните просьбу и так далее. Во избежание недопониманий, важно не игнорировать сообщения и не оставлять без ответа. Когда ответ не обязателен, ставим лайк.
5. Вы являетесь постановщиком задач для всех сотрудников. Поэтому в начале рабочего дня необходимо обеспечить всех работой.
6. В первую очередь это касается сценариста и монтажера. Сценарист должен получить темы для написания сценария, монтажер — озвучку и сценарий для монтажа.
7. Диктор, как правило, озвучивает тексты рано утром, поэтому ему задачи ставим с вечера. Сценарист пишет сценарии и в тот же день передаем их на озвучку.
8. Задачи для дизайнера устанавливаем по мере готовности. Ориентируем по срокам. Если превью нужно через 2 часа, сразу пишем об этом дизайнеру.

Продакшн

1. Руководитель полностью отвечает за продакшн и контролирует создание роликов.
2. Контроль автоматизирован с помощью системы в Битриксе.
3. Первый этап — разработка темы. Подробнее об этом будет далее.
4. Когда тема готова и ее можно давать в работу. Жмем кнопку добавить и заполняем следующие поля: номер проекта, автор темы, тема, ТЗ сценаристу и выбираем сценариста.



5. Затем переносим карточку на стадию “Сценарий”.
6. В дальнейшем эту карточку вы будете двигать со стадии на стадию по мере готовности.
7. Нельзя перескакивать через стадии. Обязательно нужно, чтобы карточка прошла через все стадии.
8. При переходе с одной стадии на другую будут появляться обязательные поля для заполнения. Если их не заполнить, карточка не передвинется дальше.
9. Очень важно вносить **КОРРЕКТНЫЕ** данные. Например, важно точно внести количество символов в сценарии, ведь по итогу зарплата сценаристу будет высчитываться в соответствии с этими данными.
10. Также важно контролировать сроки выполнения задач. Если вы видите, что кто-то задерживает сдачу, спрашивайте почему.

Анализ канала и каналов конкурентов

Чтобы понимать какие темы на канале заходят лучше всего, набирают больше просмотров, необходимо сделать анализ. Точно также с каналами конкурентами.

1. Для проведения анализа нам потребуется экспортировать файл из творческой студии с самым популярным контентом.
2. По итогу вы получите таблицу, в которой будет ссылка на ролик, превью, кол-во просмотров и другие данные.

A	B	C	D
Видео	Ссылка на видео	Ссылка на превью	Превью
PpUDZzPTj3Y	https://www.youtube.com/watch?v=PpUDZzPTj3Y	https://i.ytimg.com/vi/PpUDZzPTj3Y/	
WO7hoja3068	https://www.youtube.com/watch?v=WO7hoja3068	https://i.ytimg.com/vi/WO7hoja3068/	

3. Нас интересует превью, тайтл и тема ролика.
4. Необходимо проанализировать и выписать что изображено на превью и чем оно цепляет. Например:

Превью	Что изображено на превью 1	Что изображено на превью 2	Чем цепляет превью
	Ежедневный продукт	Организм	Интрига 153

5. То же самое необходимо проделать с тайтлом и определить боль и интерес ролика, какой способ решения мы предлагаем и чем цепляет видео. Например:

Название видео	Просмотры	Боль, интерес	Решение	Чем цепляет
Ела по 2 яйца в день и вот что произошло с моим телом...	3409531	Что будет если	Еда 130	Интрига
99% женщин не знают о 7 неожиданных применениях кофейного хозяйственного мыла!	3010823	Дешевое средство	Предмет 7	Гордыня 13
Онколог: рак жирует из-за этих продуктов!	2902731	Рак	Еда 130	Авторитет 63

6. После проведения анализа, заполняются следующие столбцы с помощью формулы:

Общее число просмотров на всех роликах на эту тему	Кол-во роликов на эту тему	Среднее значение просмотров
8 192 589	9	910 288

7. Теперь у вас сформировалась таблица, в которой собраны лучшие ролики и разделены на темы. Вы можете увидеть, какая “боль” лучше всего “заходит” на нашем канале, что чаще всего смотрят, какие темы выбирать для видео.
8. С каналами конкурентов проделываем все то же самое, но берем ролики для анализа с кол-вом просмотров от 300 тысяч.

Подбор тем

1. Анализ, который мы рассматривали ранее, необходим нам для подбора тем будущих роликов.

2. Опирайтесь нужно на общее кол-во просмотров и учитывать сколько роликов на эту тему было выпущено.
3. К примеру, общее кол-во просмотров 33 млн и 30 млн, но 33 млн — это просмотры с 73 роликов, а 30 - с 40. Это значит, что ролики на вторую тему набирают больше просмотров. И больше внимания нужно уделить именно им.
4. Вы определились с темой, это может быть дешевое средство или, к примеру, запор. Теперь нужно найти решение проблемы.
5. Решение ищите в интернете, книги, статьи, видео на ютуб.
6. К примеру, вы нашли дешевый препарат и хотите взять его для будущего сценария. В первую очередь нужно промониторить рецептурный он или нет. Важно! Если в сценарии будет идти речь и о таблетках, и о мази, то есть о разных формах одного препарата, узнайте о каждом отдельно. Если мазь продается без рецепта, то таблетки могут идти с рецептом. Рецептурные не берем!
7. Затем необходимо промониторить этот препарат на YouTube, у конкурентов, у себя на канале (через творческую студию, таблицу с анализом, через поиск по каналу) и обратить внимание на кол-во поисковых запросов.
8. Если препарат хорошо заходит, вы знаете как его подать, его у нас раньше не было, то можно смело брать.
9. Кроме того, можно искать темы не опираясь на таблицу. Если вы заметили интересный ролик на ютуб, который быстро набрал от 500 тысяч просмотров, тема подходит, у нас не раскрыта таким образом, а наши подписчики такое любят, тоже можно брать.
10. Наиболее популярные на нашем канале препараты, профессор Неумывакин, другие авторитетные личности, народная медицина других стран (Китай к примеру), запор, подагра, суставы, рак, паразиты, сосуды, варикоз, гипертония, грибок.

Упаковка

1. При разработке тайтла и превью, как вариант, можно опираться на наши ЛУЧШИЕ ролики на подобную тематику и ролики конкурентов с большим кол-вом просмотров.
2. Нельзя полностью повторять готовые превью и, уж тем более, тайтлы.
3. Необходимо выявить чем цепляют превью в роликах на эту тему и постараться тоже зацепить этим зрителя.
4. К примеру, если речь идет о запорах, то нужно показать чистый кишечник или наоборот полностью забитый каловыми массами. Как правило, именно такие превью срабатывают лучше. Если речь идет о препарате, необходимо показать его.
5. На превью используем два вида текста: цитату и надпись. Цитата дополняет надпись и позволяет поднять стр на 1%. Надпись - это основа. Именно она первой бросается в глаза, привлекает внимание, цепляет, несет главный посыл.
6. Надпись не должна быть слишком длинной. Максимум 6 слов.
7. Хорошо работают указания доз, времени приема. Необычные сочетания (сырой картофель и кефир), необычные способы применения.
8. Помните, что чаще всего название ролика зритель не видит полностью, поэтому в самое начало ставим самый цепляющий текст.

- Кроме того, текст на превью может быть любым, а при разработке тайтла необходимо учитывать ключевые слова, проверять кол-во поисковых запросов.
- Можно добавлять ключевые слова в конце тайтла. Пример: В Китае любой знает от рака нужно пить... Для сосудов и мозга Гинкго билоба! Онкология.

Проведение тестов

- Перед публикацией роликов мы тестируем упаковку. Важно выявить ту, которая наберет больше просмотров(переходов), соответственно она перспективнее и должна получить стр выше.
- Для этого нам нужно сделать два разных превью. Они могут быть с акцентом на одну тему, а могут охватывать разные темы.
- На канал заливается два одинаковых ролика с разными упаковками.
- Оба варианта упаковки вносим в таблицу "Тест конечки".
- Переходим в аналитику - самый популярный контент - подробнее.

Самый популярный контент		Просмотры
	РАК, грибок, тромбы, паразиты, ...	168 923
	В семьях врачей всегда так дела...	162 742
	Вы только посмотрит...	109 212
ПОДРОБНЕЕ		

- Нас интересуют просмотры за последние 60 минут.

Содержание	Дата публикации	Последние 48 часов	Последние 60 минут
	4 апр. 2022 г.	169 064	1 285
	1 янв. 2021 г.	163 091	2 132
	4 окт. 2022 г.	109 518	2 240

- Выбираем три ролика с наибольшим количеством просмотров за 60 минут. На их основе и будем проводить тестирование.
- Для начала нужно заполнить таблицу. Внести ссылки на эти ролики и количество просмотров за последние 60 минут.
- Затем ставим два наших ролика (одинаковые ролики, но с разными упаковками) в конечные заставки к этим трем.
- Оставляем на 60 минут.
- По истечению этого времени нужно заполнить остальные столбцы в таблице и высчитать нужные показатели.

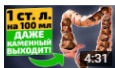
Кол-во полученных кликов						СТР через 1 час после публикации
Упаковка 1	За 1 час	Упаковка 2	За 1 час	За какое время (ч.)	Всего в час.	

%переходов, от общего кол-ва чеповек	Общее кол-во человек	% показов конечек на всех видео	Кол-во просмотров за час до конечек						Всего
			Видео 1	Видео 1 % показов конечки	Видео 2	Видео 2 % показов конечки	Видео 3	Видео 3 % показов конечки	

Кол-во просмотров за час после конечек				Результаты теста	Позиция в конечке	Видео для теста		
Видео 1	Видео 2	Видео 3	Всего			Видео 1	Видео 2	Видео 3

12. Также, через час после начала теста, нужно убрать из конечных заставок наши ролики.

13. В результате мы получим две цифры - просмотры (переходы) на каждом из двух роликов.

	Вкусные 100 гр перед едой! Вот как очистить кишечник ... Интерес к собственному здоровью неизбежно приводит к вопросу о способности организма справиться со всем, что...	👁 Доступ по ссылке	💰 Включена	Нет	6 окт. 2022 г. Загружено	60
	Вкусные 100 гр перед едой! Вот как очистить кишечник ... Интерес к собственному здоровью неизбежно приводит к вопросу о способности организма справиться со всем, что...	👁 Доступ по ссылке	💰 Включена	Нет	6 окт. 2022 г. Загружено	56

14. Тот, который набрал больше, будем публиковать. Ведь это значит, что упаковка привлекательнее и на нее реагирует больше людей.

6 окт. 2022 г. 60
Загружено

6 окт. 2022 г. 56
Загружено

15. На втором ролике со слабой упаковкой нужно заменить превью на черный фон с надписью "тест" и убрать его из плейлистов.

16. Если разница в переходах минимальная (1-4), то можно продлить время теста. Главное указывать в таблице точное время теста. 1 час, 1,5 часа или 2 часа. Это важно, ведь нам нужно знать количество просмотров в час.

17. Но не все ролики подлежат публикации. Если общее кол-во просмотров на двух роликах составляет менее 150, скорее всего стр будет низким.

18. Поэтому оставляем "сильную" упаковку и разрабатываем еще одну. Проводим повторный тест.