



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Фреймворк контент-стратегии YouTube: Портфельный подход и анализ конкурентов

Визуальный фреймворк для разработки сбалансированной контент-стратегии YouTube и детальный алгоритм анализа конкурентов.

Портфельный подход к контенту

Для устойчивого роста на YouTube важно не просто создавать видео, а подходить к контенту стратегически, как к инвестиционному портфелю. Распределяя усилия между разными типами контента, вы обеспечиваете как стабильный приток просмотров, так и возможность вирусного охвата. Этот подход помогает формировать привычку у аудитории возвращаться на канал и привлекать новых зрителей (Источник: RocketLab).

Ниже представлена визуальная схема распределения типов контента и описание каждого из них. Используйте предложенные поля для генерации собственных идей, чтобы создать сбалансированный контент-план.

Распределение контента по типам

Вечнозеленый контент (60-70%)	Обучающие видео, инструкции, обзоры, ответы на часто задаваемые вопросы. Остаются актуальными годами, обеспечивая стабильный органический трафик. Это фундамент вашего канала, который постоянно привлекает новых зрителей через поиск (Источник: RocketLab).
Hub-контент (20-30%)	Регулярные рубрики, серии видео, выходящие по расписанию (например, еженедельные дайджесты, интервью, отчеты). Формирует привычку у аудитории возвращаться на канал, увеличивает время сессии просмотра и лояльность.
Hero-контент (10-20%)	Масштабные, вирусные видео, направленные на привлечение максимального внимания и нового охвата. Это могут быть громкие эксперименты, коллаборации, глубокие расследования или уникальные проекты. Цель – получить взрывной рост и привлечь широкую аудиторию (Источник: RocketLab).

Мои идеи для контент-портфеля

Мои идеи для вечнозеленого контента	[Заполните здесь: например, 'Пошаговые руководства по использованию продукта X', 'Обзоры лучших инструментов для Y', 'FAQ по отрасли Z']
--	--

- Мои идеи для Hub-контента** [Заполните здесь: например, 'Еженедельные новости отрасли', 'Интервью с экспертами (серия)', 'Разбор кейсов клиентов']
- Мои идеи для Него-контента** [Заполните здесь: например, 'Крупный эксперимент с продуктом', 'Коллаборация с известным блогером', 'Документальный фильм о создании нашего продукта']

Глубокий анализ конкурентов (пошаговый алгоритм)

Анализ конкурентов — это не слепое копирование, а выявление успешных стратегий и неохваченных ниш. Используйте этот алгоритм, чтобы понять, что работает в вашей тематике, и найти точки роста для вашего канала. Сервисы VidIQ и TubeBuddy могут значительно упростить сбор данных (Источник: RocketLab).

Шаг 1: Идентификация конкурентов

- Составьте список из 3-5 прямых конкурентов
Каналы, которые нацелены на ту же аудиторию и предлагают схожий контент.

Мои конкуренты

№	Название канала	Ссылка на канал
1	[Название конкурента 1]	[Ссылка]
2	[Название конкурента 2]	[Ссылка]
3	[Название конкурента 3]	[Ссылка]
4	[Название конкурента 4]	[Ссылка]
5	[Название конкурента 5]	[Ссылка]

Шаг 2: Сбор данных

Для каждого конкурента соберите следующие данные. Используйте вкладку 'Видео' → 'Упорядочить' → 'Самые популярные' для поиска лучших видео за все время. Для анализа динамики VPH используйте VidIQ или TubeBuddy.

Данные по конкурентам

Название канала	Количество подписчиков	Общее время просмотра (за 30/60/90 дней)	Популярные видео (за все время, 3-5 шт.)	Видео с высоким VPH (за последние 28 дней, 3-5 шт.)
[Конкурент 1]	[Число]	[Часы]	[Названия видео, ссылки]	[Названия видео, ссылки]
[Конкурент 2]	[Число]	[Часы]	[Названия видео, ссылки]	[Названия видео, ссылки]

Название канала	Количество подписчиков	Общее время просмотра (за 30/60/90 дней)	Популярные видео (за все время, 3-5 шт.)	Видео с высоким VPH (за последние 28 дней, 3-5 шт.)
[Конкурент 3]	[Число]	[Часы]	[Названия видео, ссылки]	[Названия видео, ссылки]

Шаг 3: Анализ метрик

Обратите особое внимание на следующие метрики:

VPH (Views Per Hour - Просмотры в час): Этот показатель демонстрирует, какие видео набирают популярность прямо сейчас. Высокий VPH указывает на актуальный тренд или успешно запущенное видео (Источник: RocketLab).

Динамика роста: Сравните темпы роста подписчиков и просмотров вашего канала с конкурентами за последние 30, 60 и 90 дней. Это позволит оценить общую эффективность вашей стратегии относительно рынка.

Шаг 4: Выявление паттернов

Успешные темы	[Запишите: какие темы или вопросы наиболее популярны у конкурентов? Какие из них имеют высокий VPH?]
Форматы контента	[Запишите: какие форматы видео (инструкции, обзоры, интервью, влоги) приносят наибольший успех?]
Заголовки/Миниатюры	[Запишите: какие типы заголовков и миниатюр наиболее кликабельны? Какие элементы дизайна часто используются?]
Неохваченные ниши	[Запишите: есть ли темы или форматы, которые популярны в вашей нише, но не освещены конкурентами или освещены плохо?]

Таблица для отслеживания результатов анализа

Конкурент	VPH лучших видео	Темы с высоким VPH	Идеи для моего канала
[Конкурент 1]	[Значение VPH]	[Темы]	[Мои идеи на основе анализа]
[Конкурент 2]	[Значение VPH]	[Темы]	[Мои идеи на основе анализа]
[Конкурент 3]	[Значение VPH]	[Темы]	[Мои идеи на основе анализа]

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



[🔗 rocketlab.bz](https://rocketlab.bz)

[📌 @rocketlab](https://twitter.com/rocketlab)