

第1課

YouTube 是個人最佳賺錢平台

這堂課將從各個觀點
解說「用 YouTube
賺錢」的方法。



01 非做不可 炙手可熱的影片市場 !!

1 YouTube 的使用人數

「YouTube」是 Google 經營的免費影音發布平台，這件事眾所周知。

應該沒有人沒聽過 YouTube 吧！現在 YouTube 儼然成為與生活密不可分的服務。

究竟有多少人正在使用 YouTube？目前全球有 20 億人都在使用 YouTube，日本的使用者也有 6200 萬人。每分鐘就有 500 小時的影片上傳至 YouTube，全球使用者每天瀏覽影片的時間超過 10 億小時。

根據尼爾森數位市調公司「2019 年日本網際網路服務的使用者人數／使用時間排名」（請見下表）調查報告顯示，YouTube 的總觸及時間是第三名，透過智慧型手機的互動觸及率是第二名，智慧型手機 App 的使用時間是第二名，YouTube 的成績名列前茅，深受矚目。

4

提高品牌力會衍生出各種獲利方法

所謂的品牌力就是「信任」。

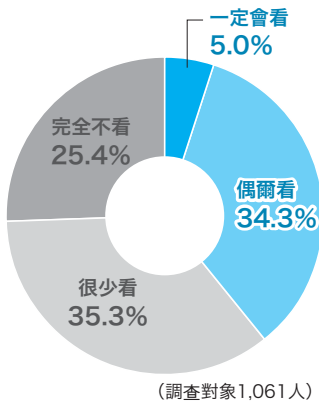
如上所述，YouTube 這個平台可以即時傳遞個人的「特質」。YouTube 與原本「純文字」或「純圖像」的媒體不同，能更輕易拉近與觀眾之間的距離，並贏得信任。

一般而言，YouTube 的獲利方法是以影音廣告為主，可是提高品牌力之後，獲利方式就變得很多元。

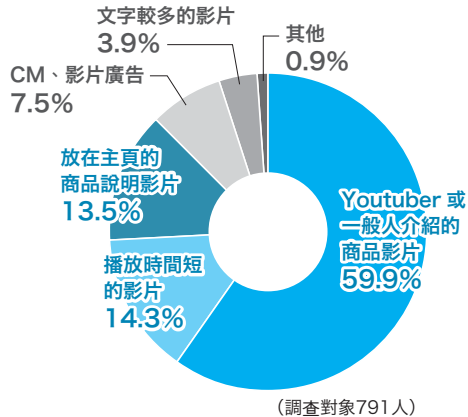
依賴特定收入的風險太高，但是建立起來的信任卻是不可動搖的。

● 決定購買行為時的影音使用狀態 (<https://ferret-plus.com/13097>)

購買商品前進行評估時，
會觀看推薦該商品的影片嗎？



會參考哪種影片？



筆者的 YouTube 頻道在撰寫本書的當下（2021 年 1 月），頻道的訂閱人數約有 12 萬人。據說在 YouTube 「觀看影片的觀眾通常是頻道訂閱人數的三倍」，若按照這樣估算，筆者的頻道實際上應該有 36 萬人觀看。

有這麼多人每天觀看筆者的影片，認識筆者，瞭解筆者的想法，筆者覺得自己已經有了意想不到的「信任存款」。

其實筆者透過 YouTube 獲利的方法不只有廣告收入，應該說廣告收入比較像是獎金。

即使筆者退出 YouTube 仍可持續獲利，因為筆者已經累積了信任存款。

提高品牌力可以進行多種獲利方式，並進一步累積信任，長期來看，對事業發展極為有利。

重點整理

- ① YouTube 在網頁搜尋時也受到禮遇
- ② 影片能直接傳遞資訊，獲得信任，比較容易建立品牌。
- ③ 建立品牌之後，獲利方法也會變多。



3

請在影片標題加入關鍵字

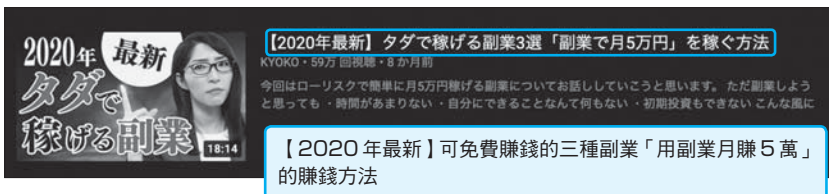
YouTube 的演算法最重視關鍵字，請一定要在影片標題放入目標關鍵字。例如，若以「副業」這個關鍵字製作影片，一定要在影片標題加上「副業」這個關鍵字。

除了主要的關鍵字「副業」之外，與搜尋意圖有關的關鍵字也請放在標題裡。

以下範例選擇了「免費賺錢」、「賺錢方法」、「月賺 5 萬」、「2020 年最新」、「三種選擇」等詞彙，分別用來加入以下元素。

- 「免費賺錢」→ 以簡便性為訴求
- 「賺錢方法」→ 表示會提供 KnowHow
- 「月賺 5 萬」→ 利用數字強調具體性
- 「2020 年最新」→ 表示這是新的資料
- 「三種選擇」→ 使用具體數字提供建議

● 在標題輸入關鍵字



3

首先要讓頻道現有的訂閱者滿意

在 YouTube 上傳影片後，最先觸及到的是頻道訂閱者。反應良好的話，就會顯示在推薦或建議的影片中，這樣觀看次數就會成長。因此製作影片時，一定要先讓頻道的訂閱者感到滿意，還要保持頻道的專業性，並持續更新影片。

假如你發布了內容與過去截然不同的影片，將無法獲得頻道訂閱者的好評，這樣會讓該影片的點閱次數無法成長。筆者的頻道最初是以「一頁式網站」的小眾市場聯盟行銷手法為主題。可以滿足當時頻道訂閱者的影片當然就是與一頁式網站有關的內容。當時筆者偶爾會發布與商業思維有關的影片，但是反應總是很差。

● 確認 Youtube 的流量途徑



頻道標記

除了每個影片有標記之外，整個頻道也有標記。設定頻道標記，當使用者以該關鍵字搜尋時，比較容易找到你的頻道（請見上一頁的圖示）。

頻道標記要設定成與頻道主題一致，具有搜尋量的關鍵字。用半形逗點隔開可以設定多個標記。



提高專業性是 SEO 的基本原則。這個原則除了 YouTube 之外，部落格及 Twitter 也同樣適用。

重點整理

- ❶ 重視頻道的專業性
- ❷ 建立利基市場的專業頻道
- ❸ 播放清單可以提高觀看影片的數量
- ❹ 設定頻道簡介



4

廣告單價會隨著類別而異

想透過 YouTube 廣告賺到錢，類別的選擇非常重要。因為不同類別的廣告單價也不相同。

假設廣告單價是每次觀看為 0.1 日圓，觀看次數的 10% 是獲利，觀看 1 萬次是 1,000 日圓。這樣的數字對新手而言難度很高，如果你想用廣告賺錢，建議盡量選擇廣告單價較高的類別。

● 影片內重疊廣告範例



The image shows a YouTube video player interface. At the top, there is a channel banner for 'KYOKO' with the text 'サイトとブログ | それぞれの特徴を比較' and a search bar containing 'KYOKO オフィシャルブログ'. The video content features a woman speaking in front of a chalkboard. The chalkboard has the title '<サイトとブログの違い>' and two bullet points: '・それぞれの特徴' and '・初心者におすすめは?'. A Wix advertisement is overlaid on the bottom part of the video, with the text '似て分かったらいいなと思います' and 'Create Your Own Website Start Now'. The video player controls at the bottom show a progress bar at 12:47 / 21:34 and a title 'サイトとブログの特徴を比較して！'. Below the video, there is a description: 'ブログ ネットで稼ぐ #KYOKO 【2020年最新】初心者がネットで稼ぐならサイトとブログどっちが稼げる?' and engagement statistics: 63,612 回視聴、2020/02/22, 1095 likes, and 36 comments.

03 靠廣告賺錢的關鍵是「數字」

1 「觀看次數」

使用 YouTube 賺取廣告收入的關鍵在於「**觀看次數**」。

前面說明過，選擇廣告單價較高的類別也是賺錢的策略之一，但是影片若無人觀看也毫無意義。

哪種影片會被較多的人觀看？在「可以獲得訂閱人數的內容種類」曾提及的「**HERO 內容**」就是屬於這一種。你必須製作以大眾為對象的內容。

話雖如此，筆者認為頻道主題與影片主題的廣度有著不同程度的難度。筆者要再次重申，廣告單價與觀看次數包括以下目標。

- 單價普通，屬於一般大眾會接受的類別，以大量觀看次數為目標
- 專業、高單價的小眾類別，目標是盡可能提高觀看次數

一定要準備「自有商品」的原因

Ikedahayato

大家好，我是 YouTube 頻道「Ikehaya 大學」的學長 Ikedahayato。

在這個專欄我想跟大家分享我個人的經驗，如何把 YouTube 運用在工作上。

以下要進入正題。如果你想用 YouTube 賺錢，一定要準備「自有商品」。以「Ikehaya 大學」為例，我準備了以下這些商品：

- YouTube 頻道會員（月費 2,990 日圓）
- 電子書（500 ~ 1,200 日圓）
- 線上沙龍（5,000 ~ 9,800 日圓）
- 健康食品（5,000 ~ 1 萬 5,000 日圓）

這些自有商品最多每月能賺到 1,000 萬日圓以上。

YouTube 提供的廣告收益約 100 萬日圓，而自有商品的營業額遠超過這個數字。

YouTube 的廣告收益可能會被無端減少，甚至剝奪營利功能……這些問題相當普遍。

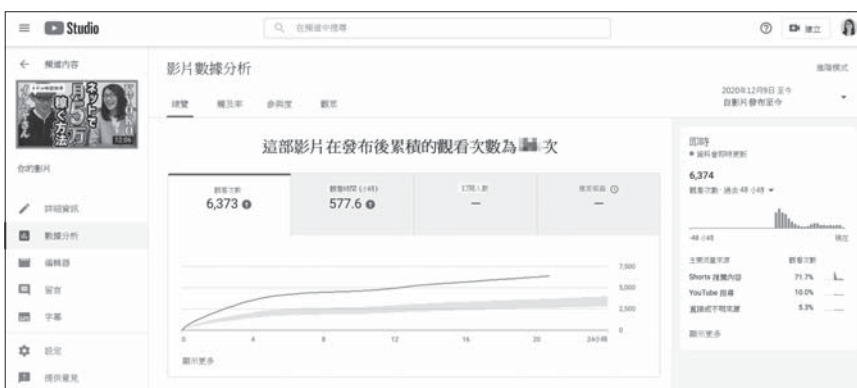
我認識的一位 YouTuber 因為「人工智慧誤判」，導致停止廣告收益兩個月以上。我自己的子頻道也在不久前，有一個月的廣告收益被減少了九成，似乎是因為 YouTube 偵測到無效的影片點擊，可是我毫無頭緒……。

想持續經營 YouTube 頻道，只靠廣告收益非常危險。有了自有商品，即使沒有廣告收益，營業額也不會歸零。為了持續經營 YouTube 頻道，Ikehaya 大學也開發、改善了自有商品。

- 從各個影片的「數據分析」檢視相關資料

影片	狀態	收益	限制	日期	觀看次數	留言數	喜歡百分比
	公開	\$ 開放	無	2020/12/02 發布日期	6,062	8	93.1% 高評價 256 件
	公開	\$ 開放	無	2020/11/27 發布日期	5,274	11	97.5% 高評價 155 件
	公開	\$ 開放	無	2020/11/20 發布日期	14,813	35	96.2% 高評價 511 件

- 顯示影片的個別資料



重點整理

- ④ 切換 YouTube 數據分析的標籤，可以顯示各種資料。
- ④ 「觸及率」標籤可以瞭解曝光位置，「參與度」可以瞭解觀眾續看率。
- ④ 還可以個別檢視每部影片的數據



5

瞭解觀眾是透過哪個搜尋關鍵字 發現你的頻道

請確認透過 YouTube 搜尋導入的流量。「流量來源：YouTube 搜尋」可以檢視相關數據（請見下圖）。

這裡的關鍵字是根據你的頻道主題而定。按下「顯示更多」，就會顯示其他的搜尋關鍵字。

成立頻道不久就置之不理，不會有人觀看影片。無人觀看的影片也不會有評價，更不可能出現在推薦或建議的影片中。因此，不論過了多久也不會有任何曝光。

一開始以透過 YouTube 搜尋導入流量為目標來製作影片，就算是剛起步、默默無聞的頻道，也能經由搜尋被看見。

● YouTube 搜尋關鍵字

