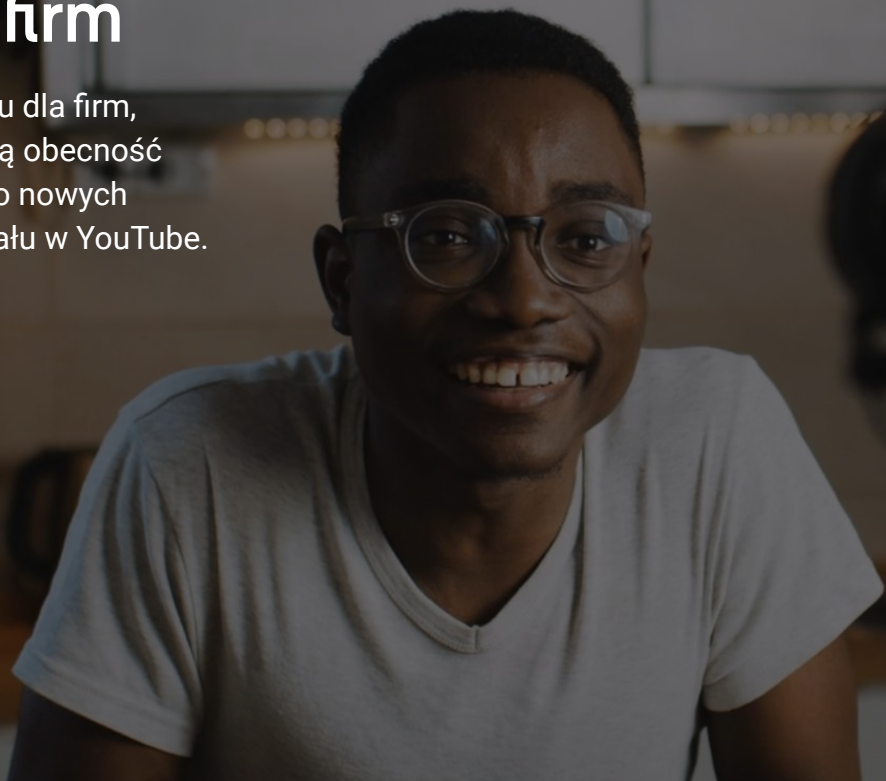


Poradnik YouTube dla małych firm

Przewodnik krok po kroku dla firm,
które chcą rozwijać swoją obecność
w internecie i docierać do nowych
klientów za pomocą kanału w YouTube.



Dlaczego YouTube? 5

Tworzenie własnego kanału 9

Tworzenie filmów 19

Transmisje na żywo w YouTube 26

Pierwsze kroki z reklamami w YouTube 29

Co dalej? 35





Oglądalność cyfrowych materiałów wideo stale się zwiększa

Obrazy, dźwięk i ruch w filmach przyciągają uwagę odbiorców jak żadne inne medium. Nic dziwnego, że od lat obserwujemy stale rosnące zainteresowanie cyfrowymi materiałami filmowymi i strumieniową transmisją wideo. YouTube ułatwia widzom znajdowanie ulubionych filmów i twórców – to właśnie tutaj użytkownicy szukają tego, co dla nich ważne.

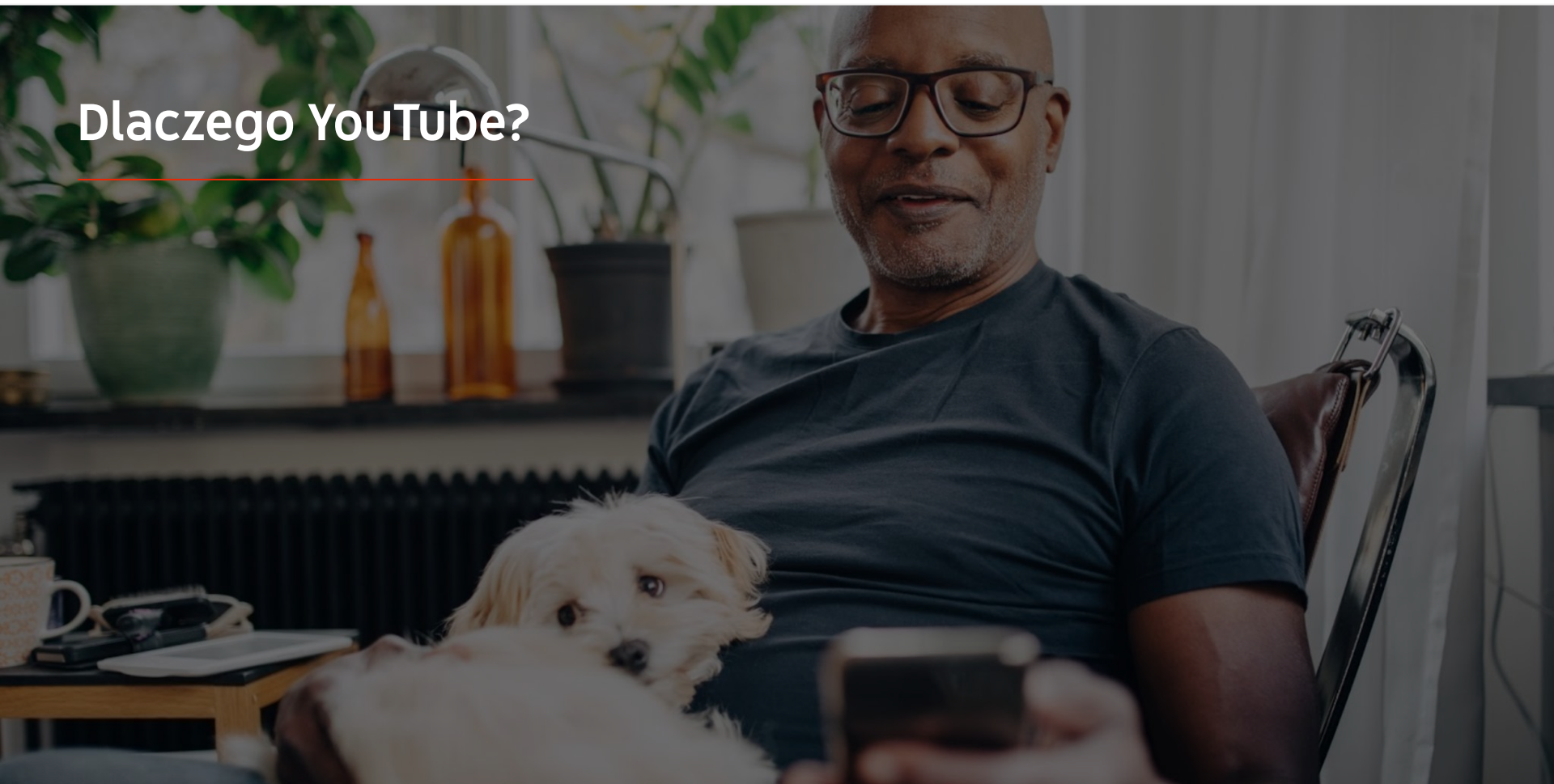
Trend promujący korzystanie z materiałów wideo daje małym firmom ogromne możliwości rozwoju. Koncentrując swoją strategię internetową na YouTube i filmach, możesz poprawić swoje wyniki – dzisiaj i w przyszłości.

82%

konsumentów cyfrowych na świecie

w 2022 r. będzie korzystać z materiałów wideo.¹

Dlaczego YouTube?



YouTube dla każdego użytkownika i każdej firmy

W ciągu miesiąca z YouTube korzysta ponad 2 miliardy użytkowników, którzy łącznie oglądają ponad miliard godzin filmów dziennie.¹ To oznacza, że wokół każdego hobby, tematu czy produktu skupia się społeczność pasjonatów. Tworząc własny kanał w YouTube, możesz nawiązać z tymi widzami kontakt i pokazać im, co wyróżnia Twoją firmę na tle innych.



71%

małych firm uważa, że platforma YouTube w pełni odpowiada ich potrzebom.²

¹ Źródło: Think with Google.

² Źródło: badanie Google/Ipsos dotyczące małych firm korzystających z YouTube, USA, 2020, n = 866..

Docieraj do klientów tam, gdzie jest ich najwięcej – w YouTube

Dołącz do grona użytkowników i przesyłaj filmy bezpłatnie za pomocą aplikacji YouTube.

Aby utworzyć kanał, wystarczy wykonać kilka kroków. Następnie możesz za pomocą telefonu tworzyć filmy i docierać do zaangażowanych użytkowników.

72%

małych firm uważa, że pierwsze kroki w YouTube są łatwe.¹

Przedstaw ofertę swojej firmy w materiale wideo.

Firmy każdej wielkości mogą pokazać w YouTube, co wyróżnia je na tle konkurencji. Przesyłaj samouczki dotyczące korzystania z usług, omówienia produktów czy relacje ze zdarzeń, aby przekazać widzom informacje, których szukają.

65%

małych firm, które prowadzą kanał w YouTube, prezentuje na swoje produkty i usługi.²

Nawiąż kontakt z zaangażowanymi odbiorcami.

YouTube to miejsce, gdzie odbiorcy szukają treści edukacyjnych, rozrywkowych i takich, z którymi mogą wejść w interakcje. Gdy utworzysz kanał, na pewno znajdziesz zainteresowanych użytkowników chętnych do nawiązania kontaktu.

85%

widzów szuka w YouTube nowych treści.³

¹ Źródło: badanie Google/Ipsos dotyczące małych firm korzystających z YouTube, USA, 2020, n = 866.

² Źródło: badanie Google/Ipsos dotyczące małych firm korzystających z YouTube, US, BR, DE, ID, IN, JP, 2020, n = 1848.

³ Źródło: Google/Talk Shoppe, USA, badanie whyVideo dotyczące sytuacji po pandemii COVID-19 obejmujące ogólną populację użytkowników w wieku od 18 do 64 lat, którzy oglądają filmy, przeprowadzone na grupie 2003 osób, maj 2020 r.



YouTube to miejsce, w którym ludzie szukają informacji. Jeśli umieszczę informacje o mojej firmie w YouTube, odbiorcy mnie tam znajdą.

– Roger Wakefield, Texas Green Plumbing

[Poznaj firmę](#)



Tworzenie własnego kanału



01

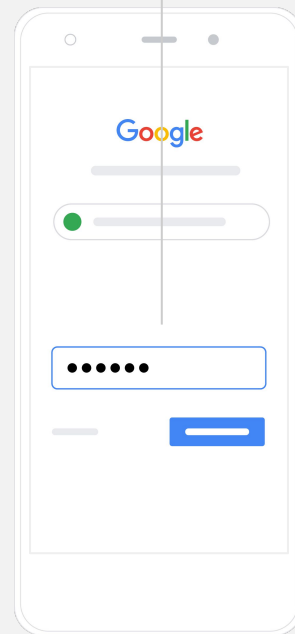
Zaloguj się na firmowe konto Google Account

Kanał YouTube możesz utworzyć oraz obsługiwać z poziomu witryny YouTube na komputery, strony mobilnej i aplikacji YouTube. Dostęp do poszczególnych funkcji na tych trzech platformach może się nieco różnić. Omawiając kolejne kroki, wskażemy zalecaną platformę.

Aby zalogować się do YouTube, musisz utworzyć [konto Google](#). Jeśli masz już konto Google, wpisz swoją nazwę użytkownika Gmail, aby się zalogować. Jeśli masz konto firmowe w Google, zalecamy rozpoczęcie korzystania z usługi przy użyciu tego konta. Jeśli korzystasz z konta osobistego, zobacz, co musisz zrobić, aby utworzyć kanał z użyciem nazwy firmy.

Po utworzeniu kanału możesz nim zarządzać w [YouTube Studio](#).

Aby utworzyć swój kanał, zaloguj się w YouTube na [komputerze](#) lub w [telefonie](#), korzystając z konta Google.



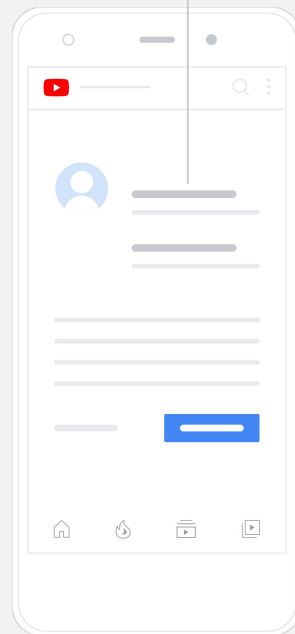
02

Utwórz kanał

Istnieją dwa typy kanałów, które można utworzyć w YouTube: kanał osobisty, którym zarządzasz samodzielnie na swoim koncie Google, oraz konto marki, które może mieć kilku menedżerów lub właścicieli. Jeśli tworzysz swój pierwszy kanał w YouTube, zalecamy skorzystanie z witryny YouTube na komputery.

- Zaloguj się w YouTube w witrynie na komputery lub na stronie mobilnej.
- Otwórz [Listę kanałów](#).
- Wskaż, czy chcesz utworzyć nowy kanał, czy wykorzystać już istniejące konto marki.
- Utwórz kanał, klikając opcję **Utwórz nowy kanał**.
- Podaj informacje potrzebne do nazwania nowego kanału i kliknij **Utwórz**.

W prawym górnym rogu wybierz zdjęcie profilowe, a potem kliknij **Utwórz kanał**.

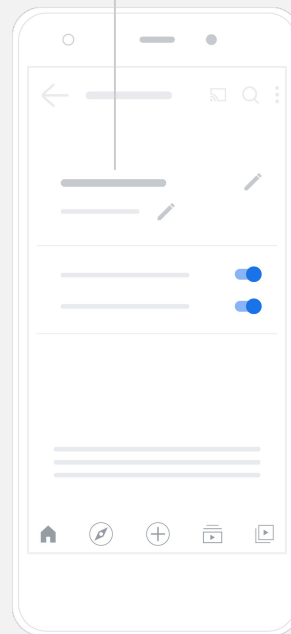


03

Spersonalizuj swój kanał

- W witrynie YouTube na komputery kliknij **Twój kanał** w prawym górnym rogu. Kliknij **Dostosuj kanał**.
- W sekcji **Podstawowe informacje** możesz podać krótki opis kanału i zmienić jego nazwę. W aplikacji YouTube znajdziesz te opcje, klikając kolejno **Twój kanał** i **Edytuj kanał**.
- Na komputerze możesz do kanału w YouTube [dodać linki](#), które przeniosą widzów na stronę Twojej firmy i strony w mediach społecznościowych, skąd mogą się z tobą komunikować.
- Możesz też dostosować adres URL kanału i podać informacje kontaktowe.

W aplikacji YouTube możesz zmienić **Podstawowe informacje**, takie jak nazwa i opis kanału, klikając kolejno **Twój kanał** i **Edytuj kanał**.



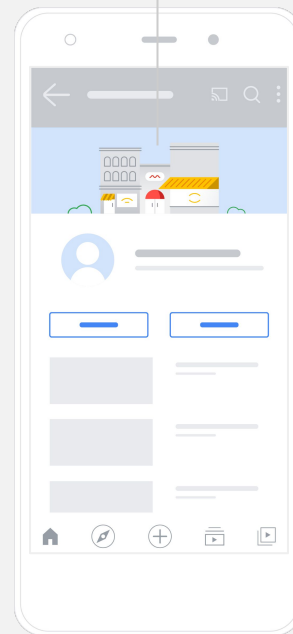
04

Wykorzystaj elementy marki kanału

Więcej szczegółowych opcji dostosowania znajdziesz na stronach **Układ** i **Elementy marki** w witrynie na komputery.

- W witrynie YouTube na komputery kliknij **Twój kanał** w prawym górnym rogu. Kliknij **Dostosuj kanał**.
- W sekcji **Układ** możesz dodać [zwiastun kanału](#). Jest to podgląd kanału wyświetlany osobom, które nie subskrybują jeszcze Twojego kanału. Możesz także [dodać film](#) dla powracających widzów.
- W sekcji **Elementy marki** możesz przesłać lub zmienić [zdjęcie profilowe](#) i dodać [obraz baneru](#), który będzie wyświetlać się u góry kanału, nadając mu unikatowy wygląd. Możesz też ustawić [znak wodny filmu](#), który będzie wyświetlać się w filmach i zachęcać widzów do subskrybowania kanału.

W aplikacji YouTube możesz zmienić elementy marki, takie jak zdjęcie profilowe i obraz baneru, klikając kolejno **Twój kanał** i **Edytuj kanał**.



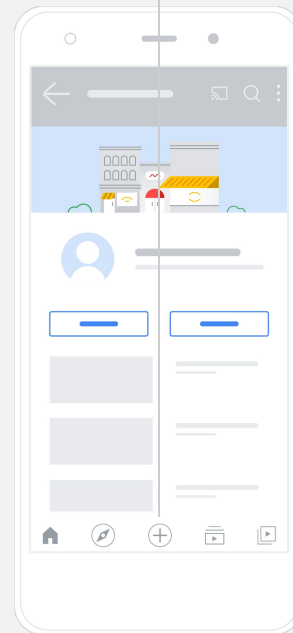
05

Prześlij film

Jeśli masz już filmy, tutaj znajdziesz informacje o sposobach ich przesyłania. Jeśli nie, z następnej sekcji dowiesz się, jak możesz je utworzyć.

- W witrynie YouTube na komputery lub w aplikacji YouTube kliknij zdjęcie profilowe w prawym górnym rogu, a następnie wybierz **Twój kanał**.
- Na komputerze kliknij [Prześlij film](#) na środku ekranu. Jeśli korzystasz z aplikacji YouTube, kliknij przycisk **+** na dole ekranu. Wybierz film, który chcesz przesłać.
- Wpisz [tytuł i krótki opis](#), który przyciągnie widzów, na których Ci zależy.
- [Ustaw miniaturę](#) filmu. Miniatura to obraz, który wyświetla się, gdy użytkownicy przeglądają Twój kanał. Po opublikowaniu filmu również możesz przesłać lub zmienić miniaturę. Zrobisz to z poziomu witryny **YouTube Studio** na komputery lub w aplikacji mobilnej.

W aplikacji YouTube kliknij przycisk **+** na dole ekranu, aby przesłać film.



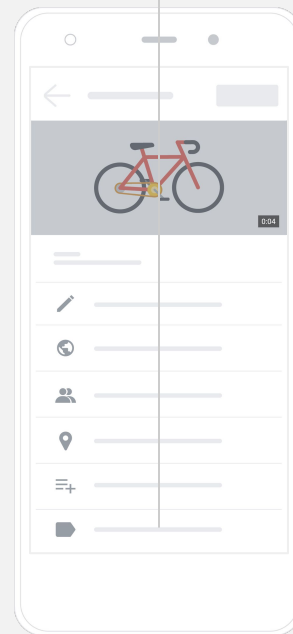
06

Dodaj elementy zaawansowane

[Tagi dostępne dla wyszukiwarki](#) to opisowe słowa kluczowe, które możesz dodać do swoich filmów, aby ułatwić widzom znajdowanie Twoich treści.

- Dodaj tagi podczas przesyłania filmu w witrynie YouTube na komputerze, klikając **Pokaż więcej** u dołu ekranu.
- Tagi można też dodać po przesłaniu filmu. Na komputerze otwórz [YouTube Studio](#) i kliknij **Treści** po lewej stronie. Następnie kliknij ikonę ołówka obok filmu, który chcesz edytować. Kliknij **Pokaż więcej** w dolnej części. Przewiń w dół do sekcji **Tagi**.
- Aby znaleźć te opcje w aplikacji YouTube, kliknij **Twój kanał**, a następnie **Zarządzaj filmami**. Znajdź film, do którego chcesz dodać tagi, i wybierz **Edytuj**. Przewiń w dół i kliknij **Dodaj tagi**.

W aplikacji YouTube dodaj tagi po przesłaniu filmu. Otwórz kartę **Filmy**, kliknij film, a następnie kliknij **Edytuj**.



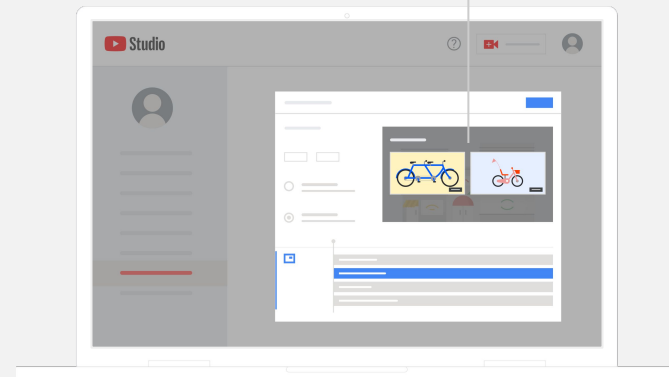
07

Dodaj więcej elementów zaawansowanych

[Ekran](#) [końcowe](#) służą do promowania innych filmów, zachęcania widzów do subskrybowania kanału itp. Dzięki [kartom](#) [wideo](#) Twoje filmy będą bardziej interaktywne. Mogą one zawierać film, playlistę, kanał lub link do lokalizacji, do której chcesz skierować swoich widzów.

- Aby dodać te elementy, otwórz [YouTube Studio](#) i kliknij **Treści** po prawej stronie.
- Kliknij ikonę ołówka obok filmu, który chcesz edytować. Następnie kliknij **Ekran** [końcowe](#) lub **Karty** na dole po prawej stronie.

Jeśli chcesz dodać ekrany końcowe i karty wideo w witrynie YouTube na komputery, skorzystaj z [YouTube Studio](#).



08

Sprawdź skuteczność kanału w YouTube

Po opublikowaniu swojego filmu możesz śledzić najważniejsze dane. Dzięki nim dowiesz się, co działa, a co wymaga poprawy. Znajdziesz je w sekcji **Statystyki** w [YouTube Studio](#) na komputerze lub w telefonie.

Przegląd

- **Wyświetlenia:** ile osób odtworzyło film
- **Czas oglądania (w godzinach):** ile czasu użytkownicy spędzili na oglądaniu filmu
- **Subskrybenci:** ile osób zasubskrybowało Twój kanał

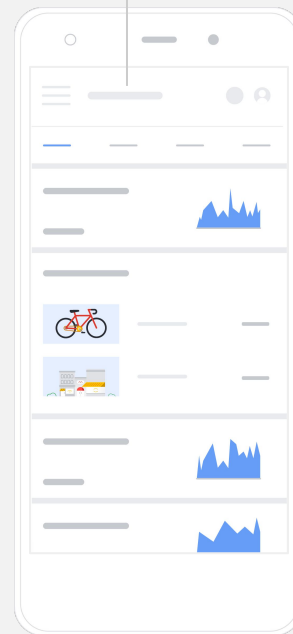
Zasięg

- **Wyświetlenia:** ile razy film został wyświetlony widzom
- **Źródła wizyt:** ilu widzów odwiedziło Twój kanał, aby zapoznać się z zawartymi w nim treściami

Zaangażowanie

- **Najpopularniejsze filmy i playlisty:** filmy i playlisty o najdłuższym czasie oglądania w ciągu ostatnich 28 dni
- **Najpopularniejsze karty i ekrany końcowe:** karty i ekrany końcowe o największej skuteczności w ciągu ostatnich 28 dni

Dane znajdziesz w sekcji **Statystyki** w [YouTube Studio](#) na komputerze lub w telefonie.





**YouTube daje nam szansę
dotarcia z naszym przekazem do dużo większej
liczby odbiorców.**

– Kim Lewis, CurlMix

[Poznaj firmę](#)



Tworzenie filmów





91%

małych firm jest zdecydowanie lub umiarkowanie przekonanych, że tworzone przez nie filmy są atrakcyjne.¹

Światła. Telefon. Akcja.

Dowiedz się, jak tworzyć wspaniałe kreacje wideo, uzyskaj wskazówki dotyczące filmowania przy użyciu telefonu i zapoznaj się z przydatnymi materiałami.



Kilka kwestii do przemyślenia

Zaczynając kręcić filmy, warto zadać sobie kilka pytań:

- Jakiego rodzaju treści lubisz oglądać?
- Kto ma pojawić się w Twoim filmie?
- Jaką historię chcesz opowiedzieć?
- Jak możesz najlepiej przedstawić ofertę swojej firmy za pomocą obrazów i dźwięku w filmie?
- Jak zamierzasz edytować materiał po zakończeniu zdjęć, aby opowiedzieć swoją historię?



Gotowy film możesz przesłać na swój kanał w YouTube [z telefonu](#).

Na co zwrócić uwagę podczas filmowania przy użyciu telefonu

- Umieść przedmiot będący tematem reklamy pośrodku kadru.
- Rozważ użycie dodatkowego oświetlenia, np. lampy pierścieniowej lub biurkowej.
- Użyj statywu, aby poprawić stabilizację i jakość filmu.
- Wybierz tło, które jest atrakcyjne wizualnie, ale nie rozprasza.
- Sprawdź, czy masz w telefonie wystarczająco dużo miejsca – jedna minuta filmu w rozdzielczości 4K zajmuje około 50 MB.

Twórz atrakcyjne filmy dzięki zasadom skutecznej kreacji

Jeśli szukasz dodatkowych informacji i inspiracji, zajrzyj do pełnej wersji [wskazówek](#) opracowanych na podstawie danych.



Przyciągaj użytkowników

Zastosuj wąskie kadrowanie na reklamowany przedmiot.

Zaprezentuj 2–3 ujęcia w ciągu pierwszych 5 sekund.

Jeśli w filmie występują jakieś osoby, pokaż je na początku filmu.

Wykorzystaj obrazy, które dla odbiorców będą zachwycające, niezwykle lub zapadające w pamięć.



Buduj markę

Przedstaw swoją markę lub produkt w ciągu pierwszych 5 sekund.

Zoptymalizuj umiejscowienie logo pod kątem celu marketingowego.

Pokaż elementy identyfikacji wizualnej Twojej marki, na przykład kolory czy maskotki

Powierz werbalizowanie nazwy marki aktorom widocznym na ekranie.



Nawiąż kontakt

Wykorzystaj funkcjonalność i emocje jako dźwignie, które mogą działać razem lub niezależnie od siebie.

Nie unikaj opowiadania historii prezentujących praktyczne działanie.

Wykorzystaj emocje – akcję, humor i intrygę – na potrzeby swojej marki.

Zadbaj, by kluczowym elementem historii byli ludzie.



Pokieruj odbiorcami

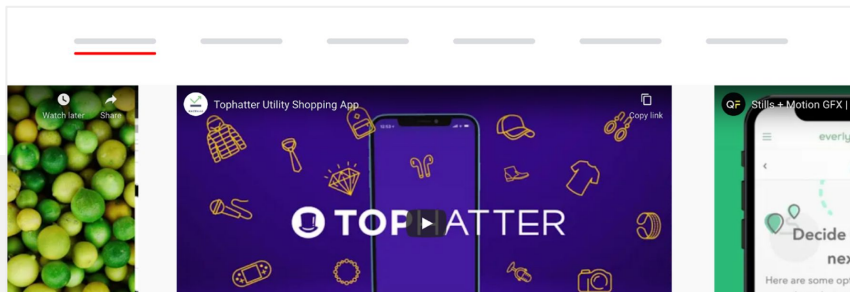
Zaprezentuj oferty i wezwania do działania na kartach tekstowych lub w formie prostych animacji bądź narracji głosowej.

Zadbaj, by oferty zachęcały do szybkiego działania.

Użyj konkretnych wezwań do działania, np. „Odwiedź stronę”, „Zarejestruj się” lub „Kup teraz”, albo dołącz pasek wyszukiwania.

Przydatne narzędzia YouTube do łatwego tworzenia filmów

Znajdź partnera, który pomoże Ci zrealizować Twoją wizję, lub edytuj i twórz filmy, wykorzystując już posiadane zasoby.



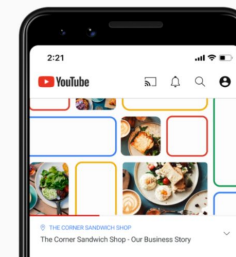
Znajdź partnera w katalogu usług kreatywnych YouTube

Twórz doskonałe filmy bez względu na wielkość budżetu i zakres potrzeb, korzystając z pomocy wykwalifikowanego, zaufanego partnera kreatywnego.¹

[Otwórz katalog usług kreatywnych](#)

VIDEO MAKER
Create a video
your customers
will remember

Enter business name



Twórz filmy na YouTube za pomocą kilku kliknięć

Jeśli masz konto [Google Moja Firma](#), możesz użyć Kreatora filmów, aby tworzyć atrakcyjne filmy na bazie zasobów, które już posiadasz.²

[Wypróbuj Kreatora filmów](#)

¹ Usługa dostępna w USA, Wielkiej Brytanii, Ameryce Łacińskiej, Francji, Niemczech, Japonii, Korei Południowej, Hiszpanii, Brazylii i Turcji.

² Usługa obecnie dostępna tylko w USA.



Zaczęliśmy nagrywać filmy po prostu telefonem komórkowym. Okazało się, że **to bardzo łatwe**.

– Rahul Kaul, BoxFit

[Poznaj firmę](#)



Transmisje na żywo w YouTube



Nawiąż kontakt z odbiorcami w czasie rzeczywistym

Niezależnie od tego, czy wypuszczasz na rynek nowy produkt, prowadzisz zajęcia czy odpowiadasz na pytania klientów, [transmisje na żywo w YouTube](#) są doskonałym sposobem prowadzenia bezpośredniej komunikacji z odbiorcami.

Możesz [przesyłać wideo strumieniowo](#) z telefonu lub kamery w komputerze albo udostępniać kopię ekranu za pomocą kodera. Świetną opcją dla początkujących będzie kamera internetowa, która pozwala rozpocząć transmisję na żywo bez większych przygotowań.

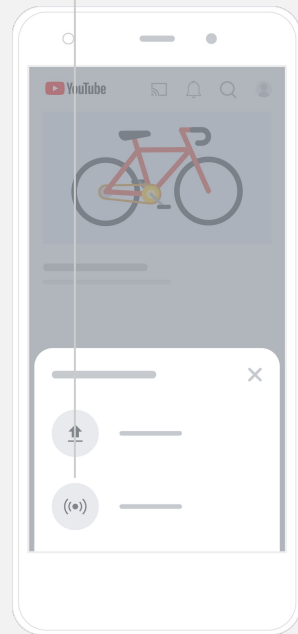
Uwaga: aby prowadzić transmisję na żywo z telefonu, musisz mieć co najmniej 1000 subskrybentów.



Jak prowadzić transmisję na żywo w YouTube

- Zanim przejdziesz do transmisji na żywo w YouTube, zadbaj o [weryfikację](#) swojego konta YouTube. W tym celu musisz połączyć z kontem swój numer telefonu.
- W witrynie na komputery i na stronie mobilnej otwórz [YouTube Studio](#). Kliknij **Utwórz** w prawym górnym rogu, a następnie kliknij **Transmituj na żywo**. W aplikacji YouTube kliknij zdjęcie profilowe, wybierz **Twój kanał**, naciśnij przycisk **+** na dole ekranu i kliknij **Transmituj na żywo**.
- Wykonaj polecenia, aby włączyć na koncie transmisje na żywo w YouTube.
- Po skonfigurowaniu konta możesz od razu rozpocząć transmisję, klikając przycisk **Transmituj na żywo**.

W aplikacji YouTube kliknij zdjęcie profilowe, wybierz **Twój kanał**, naciśnij przycisk **+** i kliknij **Transmituj na żywo**.



Pierwsze kroki z reklamami w YouTube



Rozwijaj swoją firmę i obserwuj wyniki uzyskane dzięki reklamom w YouTube

Docieraj do obecnych klientów i odkrywaj nowych.

Smakosze w pobliżu. Miłośnicy mody z całego kraju. Reklamy w YouTube pozwalają docierać do większej liczby odbiorców istotnych dla Twojej firmy.

Wyświetlaj reklamy w odpowiednim momencie.

Zmieniaj widzów w klientów przy dowolnym budżecie. Reklamy w YouTube wykorzystują siłę Google, aby wyświetlać Twój przekaz odpowiednim osobom we właściwym momencie.

Uzyskaj wyniki, jakich potrzebuje Twoja firma.

Reklamy w YouTube Ads ułatwiają odbiorcom poznanie Twojej firmy i oferowanych przez nią produktów. Zwiększ liczbę obejrzeń, subskrybentów, wizyt w witrynie lub innych działań, na których Ci zależy.

89%

małych firm korzysta z połączenia płatnych reklam i treści bezpłatnych w YouTube.¹

70%

widzów twierdzi, że dzięki YouTube poznaje nowe firmy.²

¹ Źródło: badanie Google/Ipsos dotyczące małych firm korzystających z YouTube, US, BR, DE, ID, IN, JP, 2020, n = 1572.

² Źródło: Google/Talk Shoppe, USA, whyVideo – badanie ogólnej populacji oglądających filmy użytkowników w wieku od 18 do 64 lat, przeprowadzone na grupie 2000 osób, luty 2020 r..

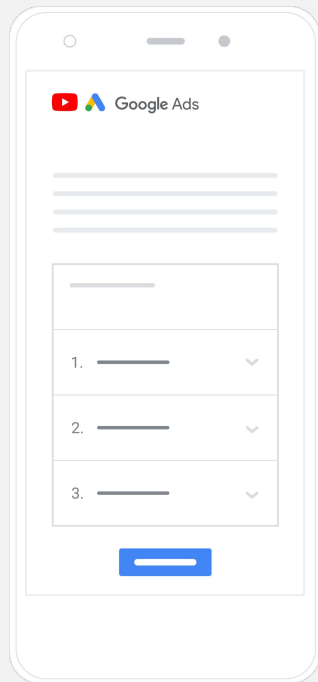
01

Utwórz lub zaloguj się na konto Google Ads

Chociaż Twoja reklama pojawi się w YouTube, kampanią będziesz zarządzać z poziomu Google Ads.

Więcej informacji o zaletach reklam w YouTube i sposobach ich działania znajdziesz na stronie [YouTube.com/ads](https://www.youtube.com/ads). Gdy uznasz, że chcesz zacząć korzystać z tej usługi, kliknij [Rozpocznij](#).

Zanim rozpoczniesz kampanię reklam w YouTube, musisz [przesłać reklamy wideo](#) do swojego kanału w YouTube.



02

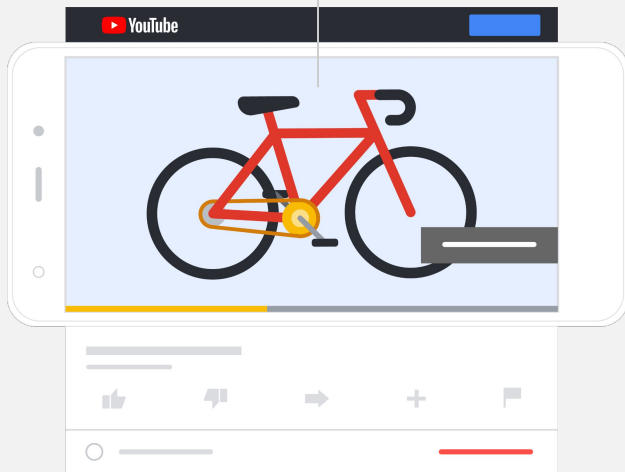
Skonfiguruj i uruchom kampanię

Możliwe do pominięcia, klikalne, krótkie i długie – YouTube oferuje wiele różnych formatów reklam, które utworzą Twojej firmie drogę do sukcesu. Znajdź formaty odpowiednie do Twoich celów, takich jak: [zwiększanie świadomości](#), [rozważanie zakupu](#) i [podjęcie działania](#).

Możesz w ten sposób [kierować reklamy na potencjalnych klientów](#) na podstawie danych demograficznych, lokalizacji, zainteresowań, zdarzeń z życia itp. Funkcja [Znajdowanie odbiorców](#) ułatwia zrozumienie potrzeb różnych odbiorców korzystających z YouTube.

Po skonfigurowaniu kampanii możesz uruchomić ją w Google Ads.

Wybierz odpowiednie formaty reklam na podstawie przyjętego celu takiego jak: [zwiększanie świadomości](#), [rozważanie zakupu](#) i [podjęcie działania](#).



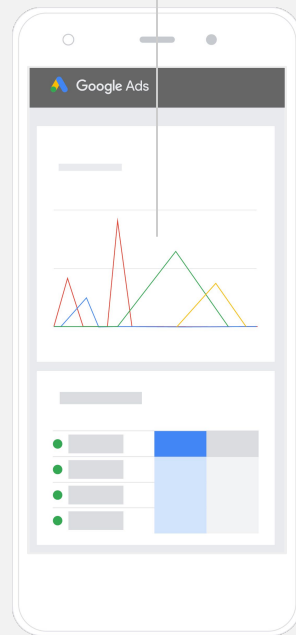
03

Sprawdzaj wyniki

Nie musisz być ekspertem ds. danych, by ocenić skuteczność kampanii reklam w YouTube. Niezbędnych informacji dostarczą Ci statystyki. Śledząc je na bieżąco, dowiesz się między innymi, ile osób ogląda Twoją reklamę, jak reagują na nią użytkownicy i jakie działania następnie podejmują.

Więcej informacji o [mierzeniu skuteczności kampanii reklamowych znajdziesz tutaj](#).

[Ważne dane](#) znajdziesz też w panelu Google Ads





Współczynniki konwersji na naszej stronie są fenomenalne.
Ogromnie **zyskailiśmy** dzięki reklamom w YouTube.

– Stewart Freeman, Murphy's Naturals

[Poznaj firmę](#)



Co dalej?



Ucz się w YouTube

Oferujemy wiele różnych materiałów, które pomogą Ci uzyskać maksimum korzyści z oferty YouTube.

Dowiedz się więcej o reklamach w YouTube.

[Otwórz stronę reklam w YouTube](#)

Dowiedz się, jak optymalnie wykorzystać potencjał reklam w YouTube.

[Poznaj platformę Skillshop](#)

Poszerz swoją wiedzę na różne tematy związane z YouTube.

[Obejrzyj filmy Akademii twórców](#)

Uzyskaj odpowiedzi na pytania i zobacz omówienia usług.

[Odwiedź Centrum pomocy](#)

