

Antti Salo

YOUTUBE-KANAVAN OPTIMOINTI

Luominen, julkaisu ja ylläpito

YOUTUBE-KANAVAN OPTIMOINTI

Luominen, julkaisu ja ylläpito

Antti Salo
Opinnäytetyö
Syksy 2024
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma

Tekijä: Antti Salo

Opinnäytetyön nimi: YouTube-kanavan optimointi – luominen, julkaisu ja ylläpito

Työn ohjaaja: Minna Kamula

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2024 Sivumäärä: 32

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kuinka YouTube-kanavan saa menestyksekkäästi luotua ja kasvatettua käyttämällä palvelun omien käyttäjien palvelussa itsessään julkaisemia ohjeita.

YouTube on maailman toiseksi vierailuin verkkosivu. Se tarjoaa käyttäjilleen erilaisia mahdollisuuksia ansaita rahaa julkiasemalla videoita alustallaan. Kuitenkin YouTube-kanavan menestymiseen ei ole selkeää kaavaa tai polkua.

Selvityksessä analysoitiin kymmenen videota eri YouTube-kanavilta. Kanavat ja videot valittiin käyttäen YouTube:n hakutoimintoa sekä palvelun tarjoamia impressioita. Osa kanavista tekee YouTube-videoita elannokseen ja osa kanavista tuottaa videoita harrastuksenaan. Videoista koottiin yleisimmät optimointiin liittyvät ohjeet, joiden pohjalta luotiin ja julkaistiin kaksi omaa videota. Videoiden menestystä seurattiin YouTube Studion analyysityökaluilla.

Ohjeiden pohjalta luodut videot olivat teemaltaan jokseenkin samantyyllisiä keskenään. Molemmissa pyrittiin hyödyntämään muiden käyttäjien videoiden analyysistä saatuja yleisimpiä ohjeita mahdollisimman kattavasti.

Julkaistujen videoiden menestys palvelussa oli tarkastelujaksolla oletetun vaatimaton. Analytiikassa oli kuitenkin havaittavissa jonkinlaista hetkellistä suosiota algoritmista, josta voitaneen päätellä, että videoanalyysistä saatujen ohjeiden noudattaminen voi edes osittain vaikuttaa positiivisesti videoiden ja kanavan menestykseen.

Asiasanat: Videoeditointi, videokuvaus, videoiden optimointi, YouTube, videomusiikki.

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems

Author: Antti Salo

Title of thesis: Optimizing a YouTube Channel – Creation, Publication and Maintenance

Supervisor: Minna Kamula

Term and year when the thesis was submitted: Fall 2024

Number of pages: 32

The purpose of this thesis is to find out how to successfully create and maintain a YouTube channel utilizing exclusively instructions and tips published on YouTube by other creators.

YouTube is the second most visited website in the world. It offers its users different ways to earn money by publishing videos on the platform. Yet there is no clear path to growing a successful channel.

Instructions and tips on how to successfully create and maintain a YouTube channel were gathered by analyzing ten videos of said subject from different YouTube channels. Utilizing instructions and tips from the analysis two new videos were created and published on YouTube. Success of the videos was monitored via YouTube Studio analytics.

During the review period the success of the two published videos was predictably humble. However, some short success in the YouTube algorithm could be observed. This might lead to a conclusion that at least some of the instructions from the analysis are effective.

Keywords: Video optimization, video editing, video recording, YouTube, video music.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	YOUTUBE-VIDEOIDEN OPTIMOINTI	7
2.1	YouTube-videoiden optimoinnin määritelmä.....	7
2.2	Ammattilaisten ja harrastajien ohjeita.....	7
3	YOUTUBE KANAVAN LUOMINEN	18
3.1	Prosessi	18
3.2	Nimi, logo ja bannerikuva.....	19
4	VIDEOIDEN LUOMINEN	21
4.1	Videoiden luomisen yleiset vaatimukset.....	21
4.2	Kuvaus	21
4.3	Editointi	21
4.4	Musiikki ja äänet.....	22
4.5	Julkaisu	23
5	KANAVAN HALLINTA	26
5.1	Sähköposti	26
5.2	Analyysityökalut.....	26
5.3	Jatkuva raportointi	27
6	POHDINTA.....	29
	LÄHTEET	30

1 JOHDANTO

YouTube on Googlen omistama vuonna 2005 julkaistu internetissä toimiva videopalvelu, jonne käyttäjät voivat lisätä omia videoita, sekä katsoa ja kommentoida muiden käyttäjien videoita (Business Insider). Se on maailman toiseksi vierailuin verkkosivu omistajansa Googlen hakupalvelun jälkeen (Similarweb). Sillä on yli 2,5 miljardia kuukausittaista käyttäjää (Statista 1).

YouTuben merkitys markkinointikanavana on kehittymässä ja on maailman neljänneksi suosituin sosiaalisten median markkinointikanava (Statista 2).

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi YouTube-kanavan optimoinnin oman mielenkiintoni ja aiheen ajankohtaisuuden vuoksi. Opinnäytetyöllä ei ole tilaajaa. Ihmisille maailmanlaajuisesti on enenevässä määrin selvinnyt, että he voivat työllistää itse itsensä erilaisten sosiaalisten median kanavien kautta. Videoiden julkaiseminen YouTubessa on yksi tehokkaista keinoista työllistyä täysipäiväisesti.

Opinnäytetyössä on tavoitteena kerätä ja analysoida tietoa siitä, miten tällä hetkellä kannattaa luoda ja kehittää YouTube-kanavaa mahdollisimman suuren kanavan kasvun saavuttamiseksi. Erityisesti YouTuben-palvelussa itsessään käyttäjät käsittelevät aihetta aktiivisesti, koska heistä suuri osa ansaitsee ainakin osan elannostaan palveluun menestyviä videoita tekemällä. Palvelussa on myös suuri kysyntä kyseisen aiheen videoille, koska nimenomaisesti YouTube-uraa harkitsevat ja aloittelevat ihmiset, sekä myös mahdollisesti urassaan toistaiseksi epäonnistuneet videoiden tekijät, ovat useasti YouTuben aktiivisia katselijoita, ja etsivät tietoa nimenomaisesti alan ammattilaisilta palvelusta itsestään.

2 YOUTUBE-VIDEOIDEN OPTIMOINTI

2.1 YouTube-videoiden optimoinnin määritelmä

Videoiden optimointi YouTube-palvelussa on käsitteenä varsin laaja. Yleisimmin sillä tarkoitetaan videoiden hakukoneoptimointia siten, että video nousee mahdollisimman korkealle sekä internetin yleisissä hakukoneissa että YouTuben omassa hakutoiminnossa. Hakukoneoptimointia voi parantaa esimerkiksi videon otsikkoa, videotiedoston nimeä, videon kuvausta tai asiasanoja muokkaamalla. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2024.)

Videoiden optimoinnilla tarkoitetaan myös videon julkaisemiseen ja ylläpitoon liittyviä toimia, joilla video saadaan menestymään YouTube-palvelussa eri tavoin, mm. saavuttamalla mahdollisimman paljon katselukertoja ja positiivista palautetta tykkäämisten ja positiivisten kommenttien muodossa. Videon saamalla hyvällä palautteella voidaan olettaa olevan positiivinen vaikutus videon menestymiseen YouTuben algoritmissa, jolloin sitä suositellaan yhä useammille katsojille.

Videoiden katselukertoja voi onnistua keräämään lisäämällä videoon mielenkiintoisen pikkukuvan. Lisäksi videoihin voi lisätä aiemmin julkaistuille videoille tai soittolistoille johtavia tietokortteja, joilla voi kerryttää katselukertoja muille omille videoille. Saman voi tehdä videon loppuun lisäämällä päätösruujuja. Päätösruujuja voi lisätä videon loppuun viimeiseen 5–20 sekuntiin. (YouTube Ohjeet 2024.)

2.2 Ammattilaisten ja harrastajien ohjeita

Rajasin YouTube-kanavan optimoinnin analyysiotannan ainoastaan YouTubessa itsessään julkaistujen videoiden ohjeisiin. Käytin analysointiin sopivien videoiden etsimiseen sekä YouTuben sisäistä hakutyökalua että algoritmin ohjaamaa suositteluominaisuutta. Päädyin analysoimaan yhteensä kymmenen videota.

Jokainen video on eri YouTube-kanavalta, vaikka useat kanavat olivat käsitelleet aihetta useissa videoissa. Näistä valikoin tuoreimman ja kattavimman. Videoiden tuli olla julkaistu mielellään kuluvana vuonna 2024 taikka loppuvuodesta 2023. Pysin valikoimaan sisällöntuottajiksi mahdollisimman kattavasti eri etnisistä taustoista olevia ihmisiä sekä mahdollisimman tasaisella sukupuolijakaumalla. Videoista yhdeksän oli englanninkielisiä ja yksi suomenkielinen. Analysoin videoista neljä satunaisesti valittua videota tarkemmin ja lopuista kuudesta videosta tein koostekappaleen. Taulukkoon 1 on koottu yleisimmät kanavan aloittamiseen liittyvät neuvot. Taulukosta näkee, miten monet ammattilaiset ovat tuoneet kyseiset keinot esille omassa videossaan.

Taulukko 1. Videoiden optimointikeinot analysoiduissa videoissa.

KEINO	LKM	MAININTA VIDEOSSA
Aloita välittömästi	6	Abdaal, Eldredge, Think Media, Erin On Demand, Lau, Sealey
Ei markkinarakoa (niche) aloittaessa	5	Abdaal, Eldredge, Erin On Demand, Lau, Sealey
Otsikon ja pikkukuvan laatu	6	Abdaal, Blake, Eldredge, Erin On Demand, Marjutus media, Sealey
Säännöllinen julkaisuaikataulu	5	Blake, Eldredge, Think Media, Erin On Demand, Steckly
Hakukoneoptimointi	5	Eldredge, Think Media, Erin On Demand, Lau, Marjutus media
Määrä ennen laatua	4	Abdaal, Blake, Sealey, Steckly
Kanavan selkeä tarkoitus	4	Abdaal, Eldredge, Sealey, Think Media
Hyödynnä olemassa olevia työkaluja	4	Eldredge, Lau, Sealey, Steckly

Ali Abdaal

Ali Abdaal kertoo videossaan "If I Started a YouTube Channel in 2024, I'd Do This", että menestyneen YouTube-kanavan luomisessa on kolme tasoa. Ensimmäinen taso on aloittaa videoiden luominen ja julkaiseminen heti. Abdaal kehottaa tekemään kolme ensimmäistä videota ja julkaisemaan ne välittömästi.

Ensimmäisten videoiden laatua ja sisältöä ei tule ylianalysoida, vaan ne voivat olla hyvinkin yksinkertaisia videoita, esimerkiksi juttelua matkapuhelimen kameralle. Niiden avulla saadaan matalalla kynnyksellä kokemuksia siitä, miltä videoiden tekeminen tuntuu. (Abdaal 2023.)

Toisella tasolla Abdaalin mukaan kehitytään videoiden teossa. Kehittyminen tehdään seitsemän uuden videon kautta. Kehittämisen osa-alueita ovat ainakin otsikointi, pikkukuva, kuvaaminen, kameralle puhuminen, videoiden jäsentely, tarinankerronta, julkinen puhuminen, taustojen selvittely, käsikirjoitus, animointi, editointi sekä YouTube-analyysityökalut. Näiden taitojen kehittämiseen tulee kiinnittää kyseisten seitsemän videon teon aikana aktiivisesti huomiota. Oma tulevaa markkinarakoa (niche) ei tule vielä miettiä, vaan videot voivat olla mistä tahansa aiheesta. (Abdaal 2023.)

Ennen kolmannelle tasolle siirtymistä Abdaal kehottaa YouTube-kanavan omistajaa miettimään, haluaako aiemman kokemuksensa perusteella pitää YouTube-videoiden luomisen harrastuksena, vai yrittääkö tehdä videoiden luomisesta ammattimaista. Menestyksekkään ammattimaisen kanavan saavuttaminen vaatii YouTube-toiminnan juonen ymmärtämistä ja siihen vastaamista. Se vaatii yksinkertaistettuna kolme asiaa:

1. saada käyttäjät klikkaamaan videota
2. saada klikkaajat jatkamaan katselua
3. jättää katselijat tyytyväisiksi.

Käyttäjä täytyy saada klikkaamaan videota houkuttelevalla otsikolla, pikkukuvalla sekä videon aiheella ja idealla. Klikkauksen jälkeen käyttäjä täytyy saada jatkamaan videon katselua. YouTube-algoritmi tarkastelee käyttäjien videoon käyttämää katseluaikaa. Mikäli videota katsotaan pitkään, algoritmi päättelee sillä olevan katseluarvoa ja suosittelee sitä muille samoista asioista kiinnostuneille käyttäjille. Katselijoiden tyytyväisyyttä algoritmi mittaa tykkäysten ja kommenttien lisäksi pikakyselyillä videosuosittelun sopivuudesta. (Abdaal 2023).

Menestyksekkään kanavan luomiseen ja kehittämiseen tulee luoda Abdaalin mukaan strategia, jolla saadaan täytettyä algoritmin ja käyttäjien vaatimukset videoiden suosioon.

Roberto Blake

”Use This STRATEGY to Grow on YouTube in 2024 - Advice for New YouTubers” -video alkaa Roberto Blaken voimakkaalla mielipiteellä, jonka mukaan ”laatu ennen määrää” -ajattelu on aloittelevalle YouTube-kanavalle kenties huonoin mahdollinen strategia. Blaken mukaan useat menestyneet ja kokeneet YouTuben sisällöntuottajat jakavat tätä neuvoa uusille kanaville ottamatta huomioon, että useimmat uudet YouTuben sisällöntuottajat ovat alkuvaiheessa työssäkäyviä tai opiskelevia ihmisiä, joilla voi olla myös jo oma perhe. Heidän aikansa YouTube-videoiden tuottamiseen on siten huomattavasti rajallisempaa kuin työkseen videoita tuottavien kanavien. (Blake 2023.)

Blaken mukaan työssäkäyvällä tai opiskelevalla sisällöntuottajalla voidaan olettaa olevan noin 15–25 tuntia viikossa aikaa videoiden luomiseen, ottaen huomioon kohtuullinen uniaika sekä muut arjen vastuut. Tähän aikaan tulee sisällyttää videoiden ideointi, taustatutkimus, käsikirjoitus, kuvaaminen, editointi, pikkukuvan luominen, hakukoneoptimisointi, videon julkaisu sekä kommentteihin vastaaminen. Lisäksi aloittelevilla videoiden tekijöillä laadukkaana videon tekemiseen voi kulua yli neljä kertaa enemmän aikaa kuin jokseenkin kokeneilla tekijöillä, ja jopa yli kymmenen kertaa enemmän aikaa kuin erittäin tehokkailla ja kokeneilla videoita tekevillä ihmisillä. Lisäksi on tavanomaista, että isoilla YouTube-kanavilla on useita henkilöitä tekemässä videoita täysipäiväisesti. (Blake 2023.)

Blake kuitenkin neuvoo, ettei laadukkaasta sisällöstä kannata kuitenkaan kokonaan luopua. Tulee kuitenkin ymmärtää, ettei aloittelevalla ja rajallisilla resursseilla videoita tekevällä kanavalla kannata kilpailla korkeimman laadun videoita tekevien kanavien kesken edes omassa mahdollisesti rajatussa markkinaraossaan. Blaken kehottaa analysoimaan ja arvioimaan muiden kanavien korkean laadun videoita omasta kiinnostuksen kohteesta, ja

arvioimaan, kuinka kauan aikaa vastaavan laatuiseen videon tekemiseen itsellä menisi. Blaken arvion mukaan se on yleisimmin 100–200 tuntia. (Blake 2023.)

Blake kehottaa siis keskittymään harjoittelemaan videoiden editointia, teknisen välineistön, kuten kameroiden, valojen ja objektiivien hallintaa, sekä opettelemaan laadukkaampiin videoihin tarvittavia kuvaus- ja tuotantotekniikoita. Laadukkaiden videoiden tekemisen eri osa-alueiden aikatauluttaminen ympäristötekijöiden perusteella on myös tärkeää. Blaken mukaan kannattaa laatia suunnitelma, milloin esimerkiksi ympäristö on tarpeeksi hiljainen äänitystä vaativiin osioihin, kun taas videoiden editoinnin pystyy tekemään taustamelusta huolimatta korvakuulokkeiden avulla. Muutenkaan täydellisiä olosuhteita ei kannata jäädä odottamaan muuhunkaan videoiden tekemiseen liittyvään toimintaan. Esimerkiksi leikkauspätkien (b-roll) kuvaamiseen ei tarvita hiljaisuutta tai muutenkaan rauhallista ympäristöä. (Blake 2023.)

Näillä keinoilla Blake vakuuttaa aloittelevan videoiden tekijän saavuttavan hyväksyttävän videoiden laatutason, jotta katsojan katselukokemus on positiivinen. Laatua ei tule priorisoida, mutta laadulle tulee olla standardi ja hyväksyttävä kynnys julkaisulle. Tämän videoiden julkaisemisen laatukynnyksen tulee olla luotettavasti ylläpidettävä ja johdonmukainen ilman, että sillä on negatiivisia vaikutuksia elintapoihin tai terveyteen. ”Laatu ennen määrää” - ajattelun sijasta tulisi Blaken mukaan käyttää ”korkea arvo ja korkea volyymi” - ajattelua. Vaikka useimmissa markkinaraoissa on jo ylitarjontaa videoista, useasta puuttuu sisällöntuottajia, jotka tekevät korkealla volyymilla korkean arvon videoita. Ohjeellinen määrä korkeasta volyymista voisi Blaken mukaan olla 100–150 videota vuodessa. Varsinaisten videoiden laatua korkeammalla prioriteetilla tulisi olla videon otsikon, pikkukuvan ja idean laatu. Näitä asioita kanavalle ennestään tuntemattomat katsojat arvioivat ennen videoita. (Blake 2023.)

Alexis Eldredge

Alexis Eldredge on julkaissut videon “If I were starting a youtube channel in 2023... EVERYTHING you need to know about youtube”, jolla hän käy läpi kokemuksensa oman kanavansa aloittamisesta. Lisäksi hän kertoo asioita, joita

hän olisi voinut tehdä toisin luodakseen vielä paremmin ja nopeammin menestyvän kanavan. (Eldredge 2023.)

Eldredgen mielestä kanavaa luodessa tulisi olla mielessä selkeä idea siitä, minkälainen uudesta YouTube-kanavasta tulee. Alussa olisi hyvä olla vastaus kolmeen kysymykseen; miksi haluan aloittaa YouTube-kanavan, kenen haluan katsovan videoita ja minkälaista sisältöä haluan luoda. Markkinarakoa (niche) miettiessä kannattaa aloittaa tarpeeksi laajalla skaalalla, jottei sido itseään liikaa. Markkinarako on kuitenkin hyvä olla olemassa, jotta videon katsojat tietävät, mitä odottaa, sekä YouTube'n algoritmi tietää, kenelle videoitasi kannattaa ehdottaa. Myös ilman markkinarakoa voi aloittaa. Tällöin pitää varautua siihen, että kanavan kasvamisessa menee kauemmin. Ilman markkinarakoa kannattaa tehdä lista kaikista videoiden aiheista, jotka haluaa tehdä, ja sitten luoda ja julkaista ne. Tällä tavoin voi antaa yleisön päättää, tai ainakin vaikuttaa siihen, että mikä kanavan lopullinen markkinarako on. Aloittamisessa kuitenkin tärkeintä on itse aloittaminen. Kanavan nimeä, profiilikuvaa tai muuta kanavan brändäystä ei kannata yliajateltaa aluksi liikaa. (Eldredge 2023.)

Terveellä ja menestyvällä kanavalla on Eldredgen mukaan monimuotoinen kokoelma videoita. Videoiden tulisi kuitenkin olla markkinaraon mukaisia. Kasvavan kanavan kannattaisi tehdä puolet videoista nykyisten tilaajien viihdyttämiseksi ja toinen puoli mahdollisten uusien tilaajien houkuttelemiseksi. Uusille tilaajien houkuttelemiseen parhaiksi videoiksi Eldredge listaa:

1. aiheet, joista tekijällä on erityisosaamista tai laajaa tietämystä
2. aiheet, jotka ovat varsin rajattuja, ja joista löytyy vain vähän videoita
3. aiheet, jotka menestyvät yleisesti hyvin, kuten siivoamisvideot, asuntoesittelyt, isojen kaupunkien kierrokset, elämänsuunnitteluvideot ja YouTube-ohjeet
4. videosarjat tietyistä aiheista tai ajallisesti säännölliset toistuvat aiheet.

Valmiiksi kanavan tilanneille katselijoille Eldredgen mielestä katselukertoja kerääviä videoita ovat:

1. videoblogit (vlog)
2. kysymyksiä ja vastauksia -videot (Q&A)
3. keskusteluvideot ilman varsinaista aihetta.

Tämänkaltaisilla videoilla ei varsinaisesti ole potentiaalia saada uusia tilaajia kanavalle, koska lähtökohtaisesti ne eivät kiinnosta ihmisiä, jotka eivät jo ole tutustuneet kanavan ylläpitäjän elämään ja aiempiin videoihin. Lähtökohtaisesti uusia tilaajia kanavalle saa videoilla, jotka vastaavat hyvin hakutuloksiin ja tarjoavat jonkunlaista ratkaisua tai apua mahdollisiin haettuihin kysymyksiin ja ongelmiin, taikka tarjoavat yleistä viihdearvoa. (Eldredge 2023.)

Menestymisen kannalta videoissa tärkeää on laadukas kokonaisuus. Videoiden tulisi olla käsikirjoituksen osalta loogisia, sekä kuvan- ja äänenlaadun osalta moitteettomia. Vaadittavan kuvanlaadun saa ongelmitta myös laadukkaalla älypuhelimella. Myös pikkukuvan tulee olla houkutteleva ja otsikon selkeä. Kuitenkin Eldredgen mielestä tärkeintä on kanavan persoonallisuus. Varsinkin videoissa, joissa puhutaan kameralle omilla kasvoilla, täytyy puhujan olla miellyttävä persoona. Useat katselijat palaavat katsomaan kanavan videoita, mikäli he pitävät kertojan olemuksesta, huumorista tai muista vastaavista ominaisuuksista. Hyvä editointi ja tarinankerronta toki kutsuu katselijoita tutustumaan kanavaan, mutta oma olemus ja persoonallisuus houkuttelee katsojan pysymään videoiden parissa ja tilaamaan kanavan uusien videoiden toivossa. (Eldredge 2023.)

Kanavan houkuttavuutta parantavia videoihin lisättäviä pieniä ominaisuuksia Eldridge listaa seuraavasti:

1. tekstit ja kaaviot, jotka selkeyttävät ja tukevat puheella kerrottua asiaa
2. musiikin käyttö taustalla, ja sen käynnistäminen tai pysäyttäminen tehokeinona
3. sisään- ja uloszoomaus sekä kuvakulmien ja perspektiivin muuttaminen
4. erityinen huomio musiikkityyliin videon eri osissa. (Eldredge 2023)

Eldredgen mukaan videon pikkukuva antaa ensimmäisen vaikutelman katsojalle siitä, mitä videossa on luvassa. Pikkukuvan on siis havainnollistettava, mitä tulevassa videossa tapahtuu, mutta sen on oltava myös mielenkiintoinen. Pikkukuvan luonnissa kannattaa ottaa mallia muista samankaltaisista kanavista, mutta kuitenkin luoda oma tyylinsä, jotta oma video erottuu sopivasti massasta. Pikkukuvien luonnissa kannattaa yrittää löytää oma tietty yhtenevä tyyli kaikkiin videoihin. Mikäli videossa näkyy omat kasvot, ne kannattaa näyttää myös pikkukuvassa, koska se antaa katsojalle välittömästi tiedon kenet he näkevät, kun klikkaavat videota. Pikkukuvaan voi yrittää lisätä lisätietoa videosta, jota ei löydy otsikosta. (Eldredge 2023.)

Videon otsikon kannattaa olla houkutteleva, mielenkiintoinen ja haettava. Mitä enemmän otsikkoon saa laitettua avainsanoja, sitä paremmin se erottuu muista vastaavista videoista. Varsinaisten avainsanojen lisääminen niille varattuun paikkaan videota julkaistaessa on YouTuben mukaan menettänyt suurimman merkityksensä, mutta niiden lisäämisestä ei ole haittaakaan, varsinkaan, mikäli videon otsikossa tai kuvauksessa on kirjoitusvirheitä, jotka vaikuttavat haettavuuteen. Videon kuvaukseen on hyvä laittaa ainakin muutamalla rivillä se, mistä videossa on kyse ja mitä siinä tapahtuu. Näihin riveihin on myös hyvä sisällyttää mahdollisimman paljon avainsanoja videoon liittyen. Kuvaukseen on hyvä laittaa muutama linkki aiempiin kanavan videoihin, jotka mahdollisesti kiinnostaisivat katsojaa. Lisäksi kuvaukseen kannattaa lisätä linkit sosiaalisiin medioihin, mikäli kanavalla on tilejä muilla alustoilla. Myös sähköpostiosoite mahdollisia kaupallisia yhteistyökyselyitä varten on hyvä ilmetä kuvauksesta. (Eldredge 2023.)

YouTubessa säännöllisyys on avain menestykseen. Säännöllisyys auttaa katsojia sekä YouTuben algoritmia luottamaan kanavaan. Lisäksi se auttaa kanavan tekijää suhtautumaan YouTubeen vaadittavalla vakavuudella, mikäli sitä haluaa tehdä työkseen. Eldredge suosittelee päättämään kanavan alkuvaiheessa julkaisuaikataulun ja pitämään siitä kiinni. Kanavan seuraajien kanssa kannattaa alusta asti olla aktiivisessa vuorovaikutuksessa. Asiallisiin kommentteihin kannattaa aina vastata. (Eldredge 2023)

Think Media

Think Media -kanava on julkaissut videon “How to START YouTube in 2024 (Beginner’s Guide)”, jossa kerrotaan viisi olennaista huomioonotettavaa seikkaa perustettaessa uutta YouTube-kanavaa.

Ensimmäinen niistä on **rohkeus**. Kanavan aloituksen on oltava sekava. Liian monet uudet YouTubeen videoita tuottavat kanavat yliajattelevat aloittamiseen vaadittavat sekä siitä seuraavat asiat. Ainoastaan aloittamalla ja tekemällä videoita voi oppia paremmaksi. Videoiden tekemiseen liittyy paljon erilaisia taitoja, joissa kehittyminen vaatii toistoja ja kokemusta. Pelkästään ohjeita katsomalla ja tietoa keräämällä kyseisiä taitoja ei pysty sisältämään samanlailla kuin tekemällä ja oivaltamalla.

Think Median toinen huomioonotettava seikka kanavan aloituksessa on **selkeys**. Selkeydellä videolla tarkoitetaan sitä, että aloituksesta alkaen tulisi olla mielikuva kanavan pääasiallisesta tarkoituksesta. Kanavalla tulisi olla selkeä suunnitelma siitä, kenelle kanava on suunnattu ja mitä ongelmia se katsojilta ratkaisee. Lisäksi pitää selkeyttää itselleen, miten paljon resursseja kanavaan pystyy sijoittamaan alussa.

Kolmas huomioonotettava seikka on **aikataulun luominen**. Think Media suosittelee luomaan yhden videon viikossa. Yksi ajatuksellinen, strateginen, laadukas, taustaselvitetty ja laadukkaasti toteutettu video viikossa on hyvä lähtökohta menestyksekkäälle kanavalle.

Think Median mukaan neljäs huomioonotettava seikka on **videon aiheet**. Oikean aiheen löytäminen oikeaan aikaan siten, että se vastaa katsojia arveluttaviin kysymyksiin, kerää katselukertoja. Hakuihin vastaavien videoiden määrä vuonna 2024 on laskenut, mutta ihmisten tarve hakea tietoa ratkaistakseen ongelmia, tai saadaksesen vastauksia kysymyksiin, ei ole kadonnut mihinkään. Videoiden hakukoneoptimointiin on siis myös hyvä kiinnittää erityistä huomiota.

Viimeiseksi huomioonotettavaksi seikaksi Think Media nimeää **oleelliseen keskittymisen**. Aloittelevien YouTube-kanavien yleisimpiä virheitä on keskittyä

liian moneen sivuseikkaan videoiden luonnin kustannuksella. Menestyneen YouTube-kanavan myötä aukeaa useita mahdollisuuksia uusille ansaintakeinoille ja mahdollisuuksille, kuten kanavan oheistuotteille, rinnakkaiskanaville tai nettikursseille. Näihin ei kuitenkaan kannata ryhtyä ennen kuin kanava on menestynyt ja saavuttanut tasaisen asemansa. Aloittelevan kanavan tulisi keskittyä luomaan aikataulunsa mukaisesti laadukkaita videoita.

Muut lähdeluettelon videot

Muita analysoituja videoita olivat:

1. Erin On Demand: "Not your average YouTube tips! How to start & grow a YouTube channel in 2023"
2. Vanessa Lau: "Watch these 38 minutes if you want a successful YouTube channel in 2023"
3. Marjutus media: "Videon lataaminen ja hakukoneoptimointi YouTubessa 2023. YouTuben ohjevideo 2/2"
4. Dr. Izzy Sealey: "If I started a YouTube channel in 2024, I'd do this. Zero to 500k Roadmap"
5. Katie Steckly: "Starter kit for new youtubers 2023 (gear, software & strategies)"
6. Jon Youshaei. "Ex-YouTube employee exposes how to grow YouTube Channel".

Valtaosalla analyysin videoista kehoitettiin **aloittamaan videoiden julkaiseminen välittömästi**. Tämä nähtiin useimmiten tärkeimmäksi askeleeksi kohti menestyvää YouTube-uraa. Useissa videoissa mainittiin, että liian usein ihmiset ovat liian itsekriittisiä jo ensimmäisestä videostaan. Johdonmukaisesti kokeneet videoiden tekijät kertoivat, että ensimmäiset julkaistavat videot eivät voi yltää laadultaan sille tasolle, mille videot kanavan kehityksen myötä kasvavat. Taito videoiden tekemiseen, kaikkien siihen liittyvien osa-alueiden osalta, kehittyi niitä tehdessä.

Kanavaa aloittaessa nähtiin videoiden **määrän olevan tärkeämpi kuin niiden laatu**. Ensimmäisten videoiden luomiseen katsottiin laadukkaamman matkapuhelimen

olevan tarpeeksi ammattimainen kuvausväline. Parempaa kalustoa kannattaa hankkia vasta, kun kanava on jo hieman kasvanut ja on varmistunut siitä, että YouTube-videoiden tekeminen on todellinen intohimo. Kallista kameraa tärkeämpänä pidettiin laadukasta mikrofonia sekä valaistusta. Luonnonvalo on hyvä alku, jos laadukkaita keinovaloja ei ole saatavilla. Aloittelevan kanavan kannattaa analyysin perusteella kuvata ja editoida valmiiksi kolmesta viiteen videota, jotka julkaistaan heti kanavan aloituksen yhteydessä. Ensimmäisen videon on hyvä esitellä kanava ja se, mitä siltä on tulevaisuudessa lupa odottaa. Oma **markkinarako (niche) ei tarvitse löytää heti**, jos sitä ei luonnostaan ole. Ensimmäiset videot kannattaa tehdä aiheista, mistä itse pitää, missä on hyvä ja mitä kohdeyleisö todennäköisesti haluaa nähdä.

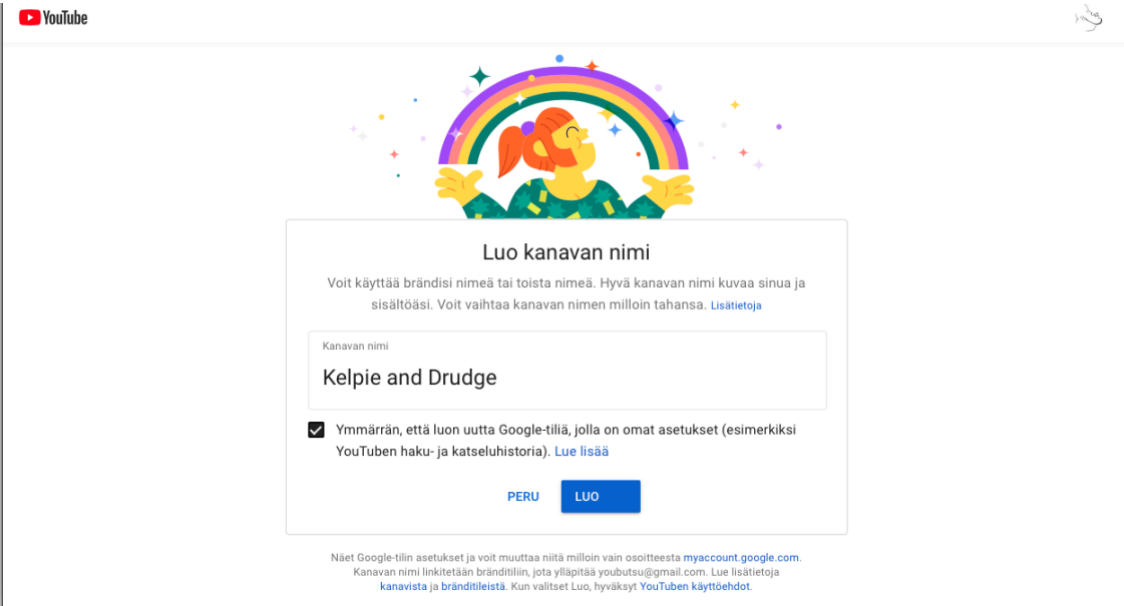
Videoiden näkyvyyden optimoinnin voi pyrkiä tekemään kahdella eri tavalla, hakuoptimoimalla tai selausoptimoimalla. **Hakuoptimoitu** video pyritään saamaan ilmestymään käyttäjien tekemissä hauissa tietyillä hakusanoilla. Näiden katsottiin varsinkin kanavan alkuvaiheessa olevan tärkeämmässä asemassa. Selausoptimoidut videot pyritään saamaan nousemaan esiin algoritmista. Siihen vaikuttaa videon klikkausmäärät, joiden kasvattamisessa on hyötyä **kiinnostavasta otsikosta ja pikkukuvasta** (thumbnail), sekä katsomisaika, jota saa kasvatettua keskittymällä videon ensimmäiseen 30 sekuntiin tehtävällä koukulla. Klikkiotsikot kustautuvat vähäisenä katseluaikana, koska mikäli katsojalle ei anneta nopeasti maistiaista siitä, mitä otsikossa luvataan, he poistuvat videosta pian.

3 YOUTUBE KANAVAN LUOMINEN

Opinnäytetyön tavoitteen saavuttamiseksi minun tulee luoda uusi YouTube-kanava ja aloittaa kanavan kehittäminen alusta. Minulla on jo olemassa oleva YouTube-kanava palvelun käyttämistä varten, mutta sinne lataamiani videoita ei ole julkistettu. Uuden kanavan luominen opinnäytetyön tarkoitukseen tukee tavoitetta testata analysoinnin perusteella saatuja keinoja kanavan kasvattamiseen.

3.1 Prosessi

Päätin luoda uuden YouTube-kanavan jo omistamalleni Google-tilille (kuva 1). Kyseiseen tiliin minulla on voimassa oleva YouTube Premium -tilaus, joka sujuvoittaa työskentelyä erityisesti videoiden analysointivaiheessa, koska Premium-tilaus ohittaa videoita keskeyttävät ulkopuoliset mainokset. Luotu kanava löytyy osoitteesta <http://www.youtube.com/@kelpieanddrudge>.



YouTube

Luo kanavan nimi

Voit käyttää brändisi nimeä tai toista nimeä. Hyvä kanavan nimi kuvaa sinua ja sisältöäsi. Voit vaihtaa kanavan nimen milloin tahansa. [Lisätietoja](#)

Kanavan nimi

Kelpie and Drudge

Ymmärrän, että luon uutta Google-tiliä, jolla on omat asetukset (esimerkiksi YouTube'n haku- ja katseluhistoria). [Lue lisää](#)

PERU LUO

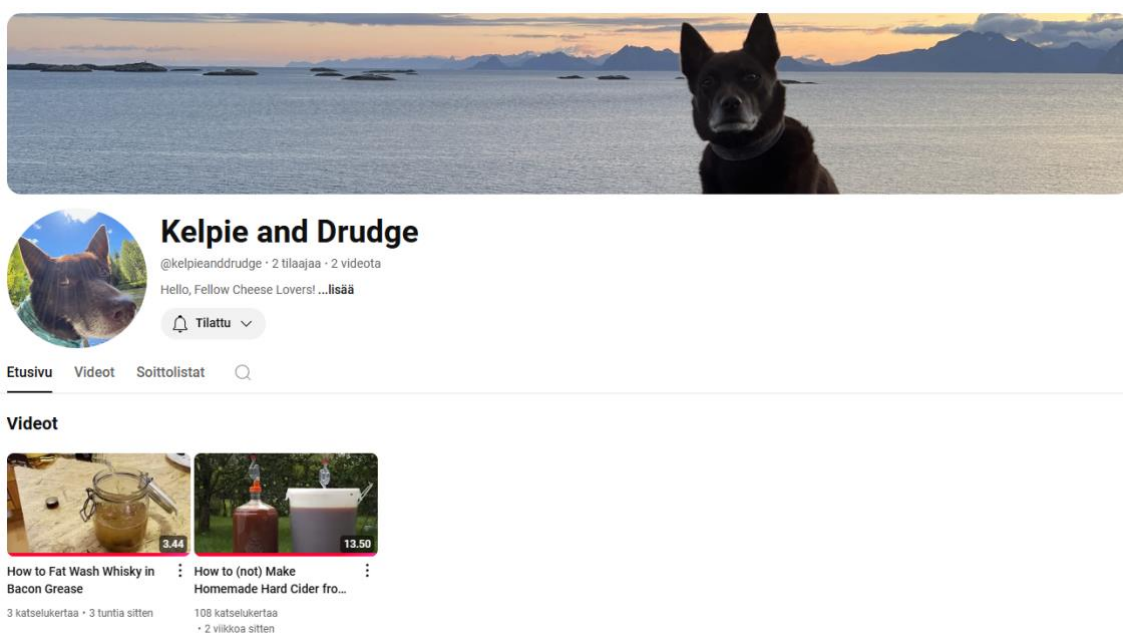
Näet Google-tilin asetukset ja voit muuttaa niitä milloin vain osoitteesta myaccount.google.com. Kanavan nimi linkitetään bränditiliin, jota ylläpitää youbusu@gmail.com. Lue lisätietoja kanavista ja bränditileistä. Kun valitset Luo, hyväksyt YouTube'n käyttöehdot.

Kuva 1: YouTube-kanavan luominen.

3.2 Nimi, logo ja bannerikuva

Kanavan nimeksi päätin valita ”Kelpie and Drudge”. Nimi on vapaasti suomennettuna kelpie ja palvelija. Kelpie viittaa koiraani, joka oli rodultaan australiankelpie (Australian Kelpie), sekä koiraharrastuspiireissä käytettävään anekdoottiin, jossa koira on perheen todellinen pää, ja ihmiset vain palvelijoita. Valitettavasti lopputyöni luomisprosessin aikana jouduin lopettamaan koirani tämän terveydellisistä syistä. Päätin kuitenkin pitää kanavan nimen ennallaan ja hyödyntää materiaalia, jonka ehdin kuvata lopputyötä varten, sekä aiemmin kuvaamaani vanhempaa materiaalia.

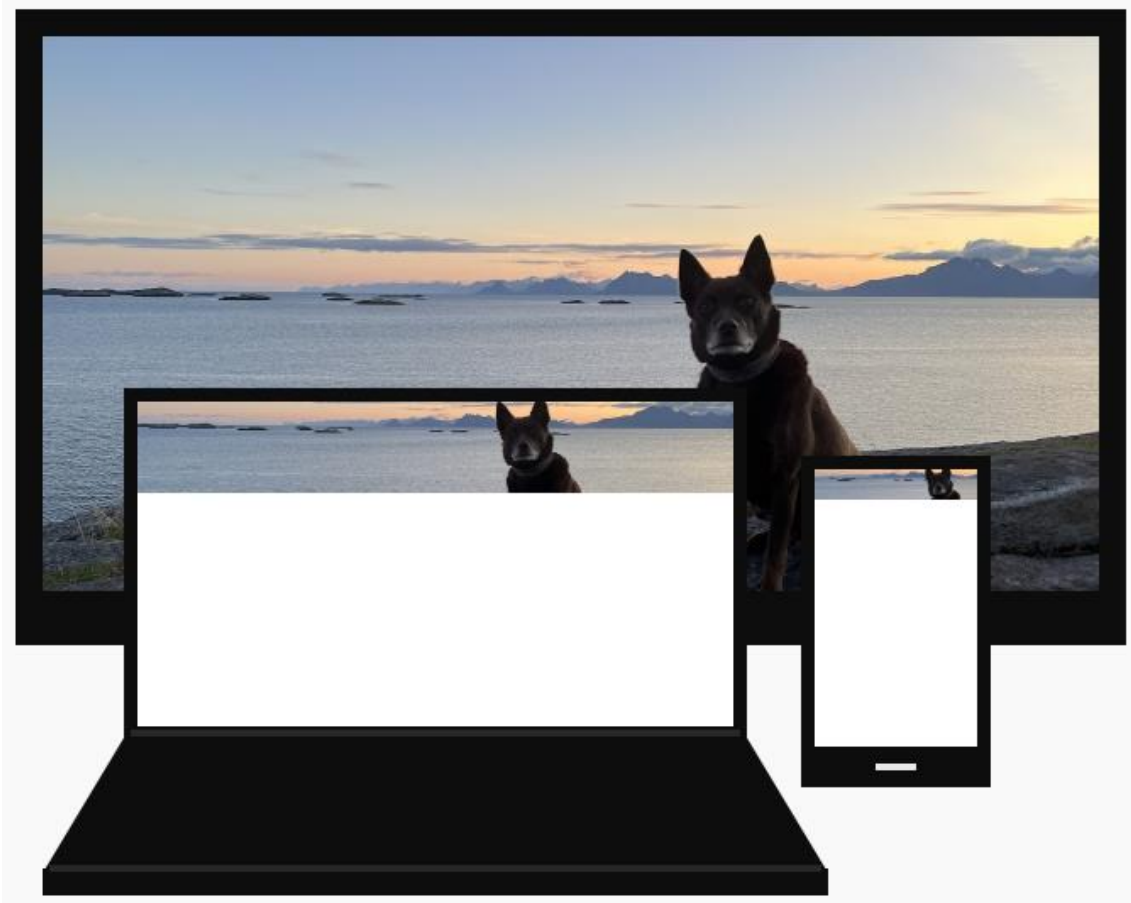
Kanavan logoksi, eli profiilikuvaksi, valitsin kesäisen lähikuvan koirani naamasta, joka on otettu mökkilaiturilla. Bannerikuvaksi valitsin Norjan Lofoteilla otetuin maisemakuvan koirastani. Valitsin sellaisen kuvan, että koirani kasvojen näkyä bannerikuvassa käyttäjän laitteesta riippumatta (kuva 2).



Kuva 2: Kanavan etusivunäkymä muille käyttäjille.

Profiilikuvan on oltava neliön muotoinen ja suositellusti 800 x 800 pikselin kokoinen. Profiilikuva leikkaantuu lataamisen jälkeen ympyräksi, jonka halkaisija on 800 pikseliä. Bannerikuvan suositellaan olevan 2560 x 1560 pikselin kokoinen.

Se skaalautuu eri lailla riippuen käyttäjän laitteesta, joten siinä on hyvä olla tärkeät kohteet vaakasuunnassa korkeussuuntaan nähden keskellä. Televisioilla profiilia tarkastellessa bannerikuva näkyy kokonaisuudessaan, tietokoneella ja mobiililaitteilla rajoitetusti (kuva 3). (YouTube Ohjeet 2024.)



Kuva 3: Havainne profiilin bannerikuvan näkymistä eri laitteilla.

4 VIDEOIDEN LUOMINEN

4.1 Videoiden luomisen yleiset vaatimukset

YouTube-videoiden onnistuneeseen luomiseen tarvitaan videokuvaamiseen kykenevä kamera sekä videoiden editointiin kykenevä tietokone soveltuvine editointiohjelmineen. Videoita voi editoida myös suoraan älypuhelimelle löytyvillä sovelluksilla. Tällöin kuvaaminen, editoiminen ja julkaiseminen voidaan hoitaa yhdellä samalla laitteella.

4.2 Kuvaus

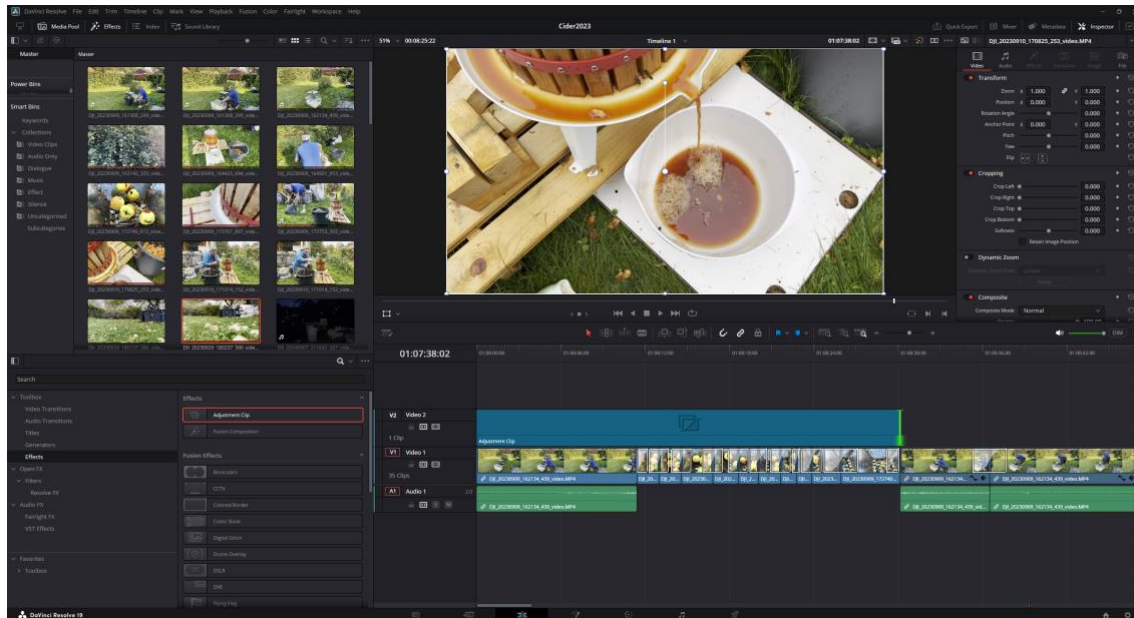
Suurimman osan videoistani olen kuvannut matkapuhelimellani, jonka malli on iPhone 13 Pro. Puhelimella kuvaamisessa hyödynnän DJI OM 5 -gimbaalia. Puhelimella kuvatun materiaalin tueksi olen kuvannut videoita kahdella digijärjestelmäkamerallani, Olympus OM-D E-M5 ja Panasonic DMC-GX80. Lyhyitä osioita harrastuksistani olen kuvannut kahdella vanhalla matkapuhelimellani, joiden mallit ovat iPhone 6 ja iPhone 6S.

4.3 Editointi

Videoiden editointiin käytän PC-tietokonetta Windows 11 -käyttöjärjestelmällä. Videoiden editointiin käytän DaVinci Resolve ilmaisversiota 19.1. Kuvassa 4 on DaVinci Resolven editointisivu ensimmäisen luomani videon työvaiheesta. Sovellus on varsin monipuolinen, ja ominaisuuksia sekä toiminnallisuuksia löytyy valtava määrä. Perustoimintojen opettelu onnistuu kuitenkin nopeasti ja yksinkertaisten videoiden luominen onnistuu jo ensimmäisellä käyttökerralla.

DaVinci Resolvea pidetään häkellyttävän monipuolisena jo pelkästään värien säätämisen osalta. Käytettävyydestä kuitenkin pidetään. Efektejä on paljon ja niitä voi säätää varsin pikkutarkasti. Myös tallennus- ja julkaisuominaisuudet ovat erinomaiset, sekä tuki eri tiedostomuodoille varsin hyvä. Haastetta aiheuttaa

aloittaessa ominaisuuksien opetteleminen, sekä vaatimus isolle näytölle käyttöliittymän toimivuuden takaamiseksi. Ohjelma on ilmainen muuhun kuin kaupalliseen käyttöön, mutta sen lataaminen vaatii rekisteröitymisen valmistajan Black Magic Design:in sivustolle. (Ilmaishjelmat.fi 2024.)



Kuva 4: Videon editointi DaVinci Resolve -sovelluksella.

4.4 Musiikki ja äänet

Musiikin äänittämiseen sekä videoiden selostuksen jälkiäänitykseen käytän Reaper (7.27) -digitaalista audiotyökalua sekä Toontrack:n EzMix2, EzDrummer3 ja EzKeys -laajennuksia sekä Bogner Digital:n BassKnob-laajennusta.

Reaper on ohjelma, jonka käyttö on yleistynyt. Se erottuu muista äänitystyökaluista muokattavuutensa vuoksi. Käyttäjä pystyy tekemään erilaisia pikakomentoja kätevästi oman tarpeensa mukaisesti. Instrumenttitraitamäärä on rajoittamaton ja kaikki työkalut ovat käytettävissä myös ilmaista kokeiluversiota käyttäville. Reaperissa on 60 päivän kokeilujakso, jonka jälkeen ohjelma toimii kuitenkin normaalisti. Testijakson päätyttyä Reaper muistuttaa ostamaan lisenssin aina ohjelman käynnistäessä. (Korpela 2018.)

Videoiden taustamusiikkia ei ole pakko säveltää, äänittää tai ohjelmoida itse, vaan internetistä löytyy useita palveluita, joista voi ostaa tekijänoikeussuojaamatonta musiikkia videoidensa taustamusiikiksi. Samanlaisia palveluita löytyy myös ääniefekteille sekä videoklipeille, joiden avulla videoihinsa voi tuoda elävämpää äänimaailmaa sekä visuaalista ilmettä. Yleisin tapa ostaa taustamusiikkia, ääniefektejä ja videoklippejä videoihin on kuukausimaksullinen tilaus sivustolle, jolloin sivuston koko kirjasto on jatkuvasti vapaassa käytössä. Tällaisia palveluita on esimerkiksi Storyblocks (www.storyblocks.com) ja Epidemic Sound (www.epidemicsound.com).

4.5 Julkaisu

Julkaisin ensimmäisen videoni YouTube-palveluun 19.11.2024. Videon aiheena on kevytmielinen prosessikuvaus kotitekoisen omenasiiderin valmistamisesta. Ensimmäisen videon otsikko on "How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023–2024". Videosta tuli verrattain pitkä (13 min 49 s). Tarinankerronta toteutetaan videon lisäksi tekstielementeillä. Valitsin julkaisuvaiheessa pikkukuvaksi kuvan kahdesta käymisastiasta täynnä puristettua omenamehua takapihallani omenapuiden edessä. Kuvaukseen kirjoitin englanniksi, kuinka siiderin valmistuksessa kaikkea ei tarvitse aina tehdä oppikirjan mukaan saadakseen aikaiseksi hyvää lopputuotetta. Kuvaksen loppuun lisäsin muutamia aiheeseen liittyviä avainsanoja sekä suomeksi että englanniksi (kuva 5). Avainsanoille varattuun kenttään lisäsin avainsanoja hieman laajemmin.

How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023-2024 Tallennettu yksityiseksi ! ×

Tiedot Videoelementit Tarkistukset Näkyvyys

Tiedot fb Käytä uudelleen

Nimi (pakollinen) ?
How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023-2024

Kuvaus ?
I am documenting my hard cider process from 2023 to 2024. With this video you can find that not everything has to be done "by the book" in order to succeed greatly in making hard cider from scratch.
We have two apple trees in our backyard that provide a humongous amount of apples every fall. One can only eat so many apples, so my main end product with them is hard cider.

Keywords: cider, hard cider, fermentation,

Pikkukuva
Valitse erottuva ja huomiota herättävä pikkukuva [Katso lisätietoja](#)

Soittolistat
Järjestä sisältösi katsojille lisäämällä video yhteen tai useampaan soittolistaan. [Katso lisätietoja](#)

Valitse ▼

Yleisö
Tätä videota ei ole merkitty lapsille tehdyksi Sinun asettamasi
Olet sijainnistasi riippumatta juridisesti velvollinen noudattamaan Children's Online and Privacy Protection Act (COPPA) -säädöstä ja/tai muita lakeja. Olet velvoitettu ilmoittamaan meille, onko videosi tehty lapsille. [Mitä on lapsille tehty sisältö?](#)

i Lapsille tehdyissä videoissa ei voi käyttää esimerkiksi ilmoituksia eikä personoituja mainoksia. Jos video on merkitty lapsille tehdyksi, sitä suositellaan todennäköisemmin muiden lasten videoiden yhteydessä. [Katso lisätietoja](#)

Kyllä, se on tehty lapsille

↑ HD ✓ Tarkistukset tehty. Ongelmia ei havaittu. Seuraava

Kuva 5: Videon julkaiseminen YouTube-palveluun.

Toisen videoni "How to Fat Wash Whisky in Bacon Grease" julkaisin 5.12.2024. Videon aiheena on prosessikuvaus viskin "rasvapesusta" pekonirasvassa. Video on ensimmäistä videota huomattavasti lyhyempi (3 min 34 s) ja siihen on sävelletty lähes koko videon pituinen musiikkikappale taustalle. Musiikki on säädetty siten, että muutamat vuorosanat kuuluvat niiden ollessa vuorossa.

Pääasia tarinankerronnasta on jälleen toteutettu tekstielementein editointivaiheessa. Videon loppuun lisäsin viimeisen 13 sekunnin ajaksi päätösruidun (kuva 6), jossa on videoelementti ensimmäiseen “How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023–2024” -videoon sekä “Kelpie and Drudge” -kanavan tilauselementti.

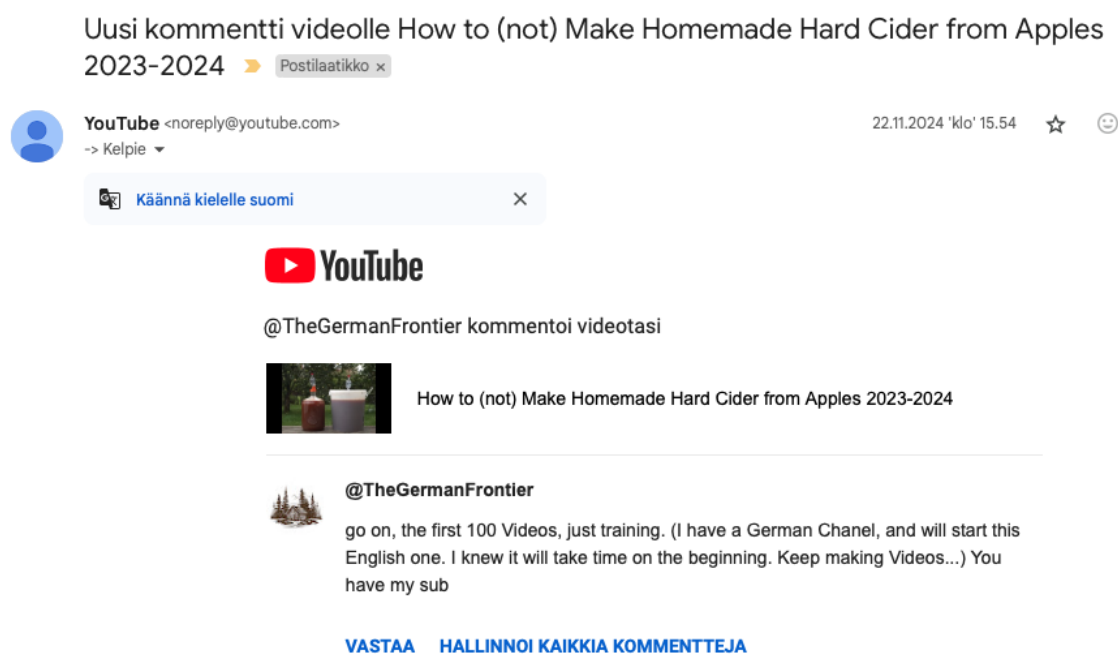


Kuva 6: Videon päätösruidu.

5 KANAVAN HALLINTA

5.1 Sähköposti

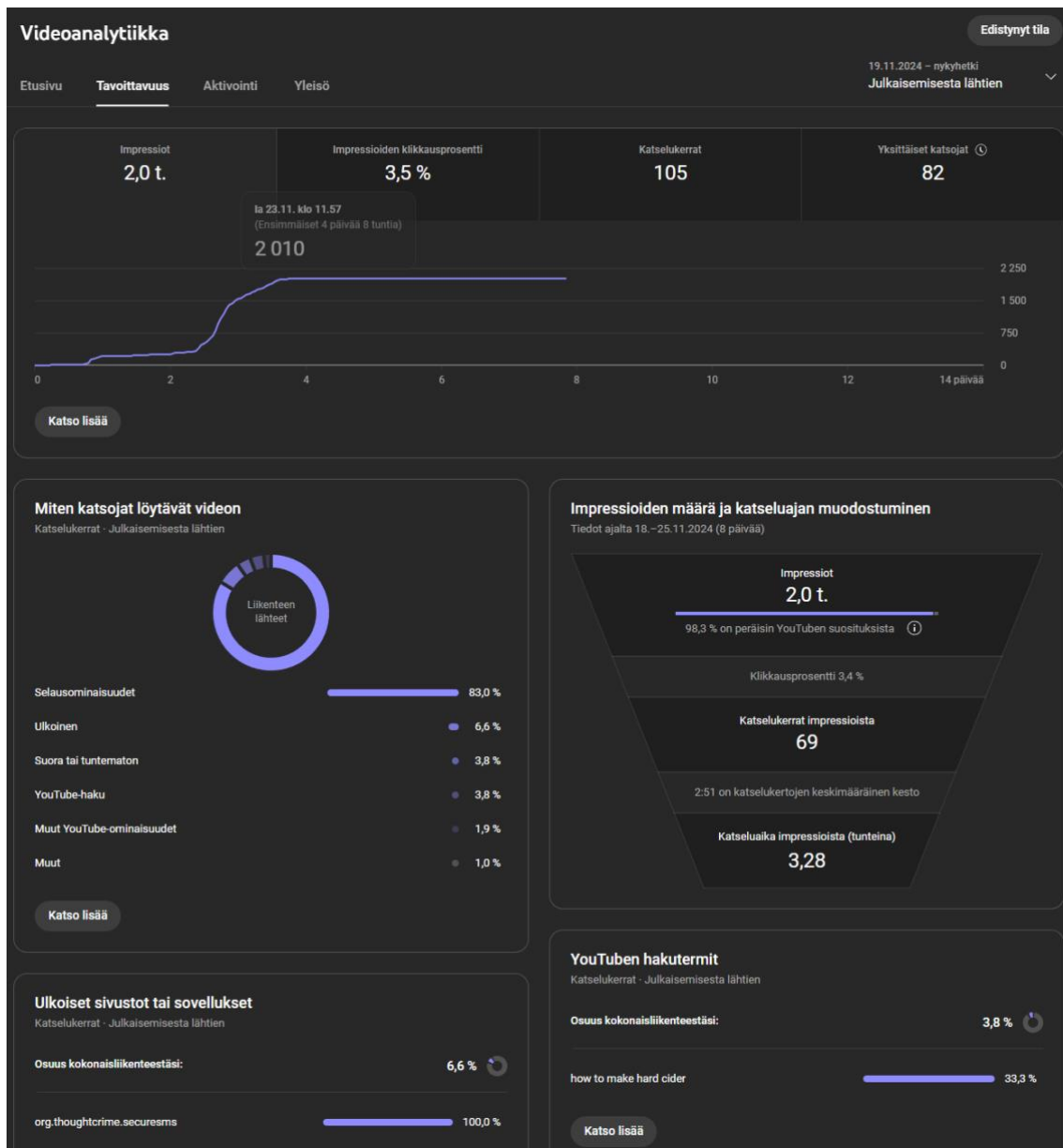
Luodun kanavan ilmoitukset tulevat samaan sähköpostiosoitteeseen, mikä on liitetty alkuperäiseen Google-tiliin. Sähköposti-ilmoitukset ovat kätevä tapa saada ilmoitus uusista videoihin tulleista kommenteista (kuva 7).



Kuva 7: Sähköposti-ilmoitus videon saamasta kommentista.

5.2 Analyysityökalut

YouTuben käyttöliittymään on sisäänrakennettu oma työkalu nimeltä YouTube Studio. Sen avulla pystyy näkemään omasta kanavasta sekä julkaistuista videoista varsin tarkkaa analytiikkaa (kuva 8). Analytiikan lisäksi YouTube Studio mahdollistaa myös omien videoiden kevyen muokkaamisen ilman että video pitäisi ladata uudelleen palveluun. Esimerkiksi analytiikan kautta voi tarkastella videoilta hetkiä, jotka ovat aiheuttaneet mahdollisesti katsojan kyllästymisen, ja tarvittaessa leikkaamaan ylimääräiset hetket videolta pois.



Kuva 8: Videoanalytiikka YouTube Studio -palvelussa.

5.3 Jatkuva raportointi

Ensimmäinen video “How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023-2024” keräsi seitsemän (7) katselukertaa julkaisupäivänään. Seuraavana päivänä videolle kertyi 17 uutta katselukertaa, ja sitä seuraavana 10. Eniten katselukertoja yksittäistä päivää kohden kertyi neljäntenä päivänä, jolloin video saavutti 61 katselukertaa. Sen jälkeen katselu hiljeni, eikä viidentenä päivänä

kertynyt enää kuin seitsemän katselukertaa. Ensimmäisen viikon aikana kertyi yhteensä 102 katselukertaa sekä 4,91 tuntia katseluaikaa. Merkillepantavaa oli videon saama impressioiden määrä toisen ja kolmannen julkaisun jälkeisen vuorokauden aikana. Videon impressioiden määrä nousi noin 300 kerrasta yli 2000 kertaan. Käytännössä videota ehdotettiin YouTuben käyttäjille noin 1700 kertaa alle 30 tunnin ajanjakson aikana.

Toinen video “How to Fat Wash Whisky in Bacon Grease” keräsi julkaisupäivänään 16 katselukertaa. Katseluaikaa ensimmäisenä päivänä kertyi 0,7 tuntia. Ensimmäistä videota paremmasta aloitusvuorokaudesta huolimatta toinen video ei saavuttanut vastaavaa impressioiden, ja sitä myötä katselukertojen, määrän nousua toisen ja kolmannen vuorokauden aikana.

Taulukkoon 2 on koottu julkaistujen videoiden oleellisin analytiikka. Tiedot on koottu julkaisuhetkestä videon otsikon vierestä suluissa merkityn aikajakson ajalta. Video 1 on 19.11.2024 julkaistu video otsikolla “How to (not) Make Homemade Hard Cider from Apples 2023–2024” ja video 2 on 5.12.2024 julkaistu video otsikolla “How to Fat Wash Whisky in Bacon Grease”.

Taulukko 2: Videoiden oleellinen analytiikka suluissa mainitulta tarkasteluajalta.

	Video 1 (20 vrk)	Video 2 (4 vrk)
Katselukerrat yht. (vrk. ka.)	115 (5,75)	23 (5,75)
Katselutunnit yht. (vrk. ka.)	7,2 (0,36)	1 (0,25)
Impressiot yht. (vrk. ka.)	2056 (102,8)	74 (18,5)
Klikkausprosentti	3,7 %	17,3 %

6 POHDINTA

Analysoitaviksi valikoituneista videoista saadut ohjeet olivat pääosin yhdenmukaisia keskenään. Osa ohjeista oli aloittelevan YouTube-kanavan näkökulmasta katsottuna heti toteutettavissa. Osa taas vaati selkeästi pidempää kanavan ylläpitoa ja tarkastelua. Lähes kaikki asiaan kantaa ottaneet ohjevideoita tehneet kanavat olivat yhtä mieltä, että menestystä ei kuitenkaan kannata odottaa heti kanavan alkumetreillä. Kanavan perustamista ja ensimmäisten videoiden julkaisua pidettiin hyvänä harjoitteluna videoiden luomisen, siinä käytettävien työkalujen ja ohjelmistojen hallinnan sekä oman esiintymistaidon kehittymisen kannalta.

Opinnäytetyön yhteydessä julkaistujen videoiden saavuttama menestymisen taso perustetulle kanavalle oli odotetulla tasolla. Kahden varsin rajatulle kohdeyleisölle kiinnostavan videon julkaisemisen ei voi olettaa saavuttavan vielä suurta suosiota. Kuitenkin ensimmäisen videon jonkinlainen menestyminen impressioiden osalta YouTuben algoritmista antoi viitteitä, että analysoiduista videoista kerätyt ohjeet voisivat olla toimivia. Luotettavampien tulosten saavuttaminen vaatisi pidempää seuranta-aikaa sekä lukuisia uusia julkaistuja videoita, joiden laatu kehittyisi koko ajan.

Opinnäytetyötä varten tekemäni taustatutkimus ja analyysi toivat minulle paljon osaamista videoiden luomiseen ja julkaisemiseen liittyvistä työkaluista ja prosesseista. Laatimiani videoita luodessani kehityin erityisesti videoiden editointiprosessissa valtavasti.

Suurella todennäköisyydellä aion jatkaa videoiden kuvaamista ja editointia harrastuksena. Myöskään mahdollisuutta hyödyntää oppimiani taitoja työelämässä ei kannata sulkea pois. Aion säilyttää opinnäytetyötä varten luomani YouTube-kanavan ja julkaista sinne jatkossa lisää videoita, luonnollisesti analyysistä saatuja ohjeita noudattaen.

LÄHTEET

Abdaal, Ali 2023. If I Started a YouTube Channel in 2024, I'd Do This.
Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=T2M9hSswlls>.

Blake, Roberto 2023. Use This STRATEGY to Grow on YouTube in 2024 -
Advice for New YouTubers. Hakupäivä 14.5.2024.
<https://www.youtube.com/watch?v=N74zVOMDdh8>.

Eldredge, Alesis 2023. If I were starting a YouTube channel in 2023...
EVERYTHING you need to know about YouTube. Hakupäivä 14.5.2023.
<https://www.youtube.com/watch?v=lkKFM8Ueaj8>.

Erin On Demand 2023. NOT YOUR AVERAGE YOUTUBE TIPS! | How to Start
& Grow a YouTube Channel in 2023. Hakupäivä 14.5.2023.
<https://www.youtube.com/watch?v=qWVklPAZY9U>.

Ilmaisohjelmat.fi 2024. DaVinci Resolve. Hakupäivä 5.12.2023.
<https://www.ilmaisohjelmat.fi/davinci-resolve>.

Korpela, Janne 2018. Ilmaiset äänitysohjelmat. Hakupäivä 5.12.2024.
<https://jannekorpela.com/ilmaiset-aanitysohjelmat/>.

Lau, Vanessa 2022. Watch these 38 minutes if you want a successful YouTube
channel in 2023. Hakupäivä 11.4.2023.
<https://www.youtube.com/watch?v=QSFSnzkdRhA>.

Leskin, Paige 2020. YouTube is 15 years old. Here's a timeline of how YouTube
was founded, its rise to video behemoth, and its biggest controversies along
way. Business Insider. Hakupäivä 14.5.2024.
<https://www.businessinsider.com/history-of-youtube-in-photos-2015-10?r=US&IR=T>.

Marjutus media - Marjun YouTube-kanava 2023. Videon lataaminen ja hakukoneoptimointi Youtubessa 2023 | YouTuben ohjevideo 2/2. Hakupäivä 11.4.2023. <https://www.youtube.com/watch?v=cGyPGwIJBAM>.

Sealey, Izzy 2023. If I Started a YouTube Channel in 2024, I'd Do This *Zero to 500k Roadmap*. Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=14zC0IJvoPE>.

Similar Web 2024. Top Websites Ranking. Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.similarweb.com/top-websites/>

Statista 2024. Most popular social networks worldwide as of April 2024, ranked by number of monthly active users. Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

Statista 2024. Leading social media platforms used by marketers worldwide as of January 2023. Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/>.

Steckly, Katie 2023. Starter Kit for New Youtubers 2023 (gear, software, + strategies). Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=HuhIN-4UfKA>.

Suomen Digimarkkinointi Oy 2024. 8 vinkkiä YouTube-videon optimointiin. Hakupäivä 28.5.2024. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/8-vinkkia-youtube-videon-optimointiin>.

Think Media 2024. How to START YouTube in 2024 (Beginner's Guide). Hakupäivä 14.5.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=2VTcvgSVq0o>.

Youshaei, Jon 2023. Ex-YouTube Employee Exposes How To Grow YouTube Channel. Hakupäivä 11.4.2023.

<https://www.youtube.com/watch?v=rF3vIZgL544>.

YouTube Ohjeet 2024. Kanavabanneri- ja profiilikuvavinkkejä. Hakupäivä 5.12.2024.

<https://support.google.com/youtube/answer/12950272?hl=fi&sjid=16894448779492258422-EU>

YouTube Ohjeet 2024. Videoiden optimointi. Hakupäivä 28.5.2024.

<https://support.google.com/youtube/topic/9257785>.