



Datan hyödyntäminen kaupallisen YouTube toiminnan kehittämisessä

Samuel Tuovinen

2025 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Datan hyödyntäminen kaupallisen YouTube toiminnan kehittämisessä

Samuel Tuovinen
Tradenomi, Tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
5 / 2025

Samuel Tuovinen

Datan hyödyntäminen kaupallisen YouTube toiminnan kehittämisessä

Vuosi

2025

Sivumäärä

41

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tehdä kehittämistyö, jossa tutkitaan YouTube Shorts -videoiden dataa ja kuinka sitä voidaan hyödyntää entistä paremmin kaupallisen kanavan kehittämisessä. Tavoitteena oli myös selvittää mitkä tekijät vaikuttavat katselukertojen kasvuun YouTube Shorts -videoissa. Opinnäytetyössä myös tutkittiin mahdollisuutta automatisoida data omaan tietokantaan. Tavoitteena oli myös selvittää miten Microsoft Excel vertautuu muihin taulukkolaskentaohjelmiin YouTube Shorts -datan analysoinnissa ja automatisoinnissa. Tarve tälle kehittämistyölle oli ajankohtainen, sillä se auttaa kehittämään kanaviemme videoita.

Opinnäytetyön kehittämiskohteesta hyötyy myös opinnäytetyön toimeksiantaja, sillä sitä on mahdollista hyödyntää jokaisella Moments-brändin YouTube-kanavilla. Tutkimusmenetelminä käytettiin teoreettista viitekehystä hyödynnettynä jo olemassa olevan osaamisen tukena. Näin opinnäytetyön teoreettinen viitekehys rakentui kirjallisuudesta, joka tuki omaa osaamistani.

Teoreettisessa viitekehyksessä perehdytään YouTubeen, sen ominaisuuksiin, sekä millaista dataa se pitää sisällään YouTube Studio -palvelussa. Teoriaosuus toi myös vastauksia data-analytiikkaan, datan automatisointiin ja API-sovellusliittymiin. Vertailuanalyysillä selvitettiin paras mahdollinen data-alusta datan tutkimiseen omassa tietokannassa. Kehittämistyössä rakennettiin tehokas ja kattava taulukkolaskentaohjelma kahden eri kvalitatiivisen tutkimuksen ja vertailuanalyysin perusteella. Menestyäkseen YouTubeessa on ymmärrettävä dataa sekä hyödynnettävä sitä kehittääkseen omia videoita ja minimoidakseen virheiden määrää. On siis oltava kokonaisvaltainen ymmärrys datasta, jotta videoiden tuottaminen kaupalliselle kanavalle olisi mahdollisimman tehokasta.

Opinnäytetyössä oli myös huomioitava YouTube Studiosta saatavan datan merkitys kilpailuetuun, sekä huolehtia siitä, että opinnäytetyö on selkeä ja kattava, mutta ei paljasta tärkeää dataa toimeksiantajan YouTube-kanavasta. Tästä syystä opinnäytetyössä esitettyjä tutkimustuloksia on sensuroitu, eikä niitä voida esitellä kokonaisuudessaan.

Samuel Tuovinen

Utilizing Data to Develop Commercial YouTube Operations

Year	2025	Pages	41
------	------	-------	----

The topic of this thesis was to do a development project focused on analyzing YouTube Shorts data and exploring how it can be better utilized to grow and improve a commercial YouTube channel. The study also aimed to identify key factors that influence the growth of YouTube Shorts views. This thesis examines the possibility of automating data collection and storage into a personal database. Another objective was to compare Microsoft Excel with other spreadsheet tools in terms of their suitability for analyzing and automating YouTube Shorts data. The need for this development project was timely as it can improve the videos of our channels.

The results of the project also benefit the thesis commissioner, as the findings can be applied across all Moments brand YouTube channels. The research methods included the use of a theoretical framework combined with existing expertise, which provided a comprehensive theoretical basis supported by relevant literature.

The theoretical part focused on YouTube's features and what kind of data YouTube Studio has. The theoretical part also gave answers to data analytics, data automation, and the use of APIs. A benchmark was done to get the best possible spreadsheet program for researching data in own database. During the development project, an effective and complete spreadsheet tool was created based on two qualitative studies and comparative analysis. To succeed on YouTube, it's important to understand the available data and use it to improve videos and minimize errors. So, understanding the data is essential to produce videos for a commercial channel as effectively as possible.

The thesis also highlights the strategic value of YouTube Studio data as a competitive advantage. Care was taken to ensure that the thesis remains clear and comprehensive while protecting sensitive data related to the commissioner's YouTube channels. For this reason, some research results are partially censored and cannot be fully disclosed.

Keywords: data analytics, YouTube, video production, automation

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Työn lähtökohdat	7
2.1	Kehittämistyön tavoitteet	8
2.2	Kehittämistyön tutkimuskysymykset	8
2.3	Aihealueen rajausta.....	8
2.4	Keskeiset käsitteet	9
3	YouTube.....	10
3.1	YouTube Shorts	11
3.2	Kasvoton YouTube kanava	12
3.3	YouTube Studio	12
3.4	Data-analytiikka	15
4	Katselutilastojen analytiikka ja mittarit.....	16
4.1.1	Reach	16
4.1.2	Engagement.....	17
4.1.3	Audience Demographics.....	17
4.1.4	Datan hyödyntäminen	18
4.2	Automaatiotutkimus.....	19
4.2.1	Datan automatisointi	19
4.2.2	API.....	20
4.2.3	YouTube API	21
4.2.4	YouTube Analytics API	21
4.3	Taulukkolaskentaohjelmien vertailu	22
4.3.1	Microsoft Excel	22
4.3.2	Google Sheets	23
4.3.3	Apple Numbers	23
4.3.4	Taulukkolaskentaohjelmien vertailua	23
5	Tutkimusmenetelmät.....	25
5.1	Sisällönanalyysi	25
5.2	Vertailuanalyysi.....	26
5.3	Uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys	26
6	Kehittämiskohteen lähtökohtaa.....	26
6.1	Olemassa oleva Excel-tiedosto.....	27
6.2	Kehittämiskohteen toteutus.....	29
6.3	Kehittämistyön Lopputulos	30
7	Tulokset ja löydökset	33
7.1	Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysin löydökset.....	34

7.2	Automaatiotutkimuksen löydökset	35
7.3	Taulukkolaskentaohjelmien vertailun löydökset	36
8	Yhteenveto	36
	Lähteet	38
	Kuvat.....	41
	Taulukot.....	41

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia YouTube Shorts -videoiden dataa ja kuinka sitä voi hyödyntää entistä paremmin kaupallisen kanavan kehittämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena on siis keskittyä tutkimaan ja kehittämään jo käytössä olevaa dataa, sekä selvittämään millaista dataa, jota ei vielä käytetä, olisi hyödyllistä hyödyntää YouTube Studion ulkopuolella omassa taulukkolaskentaohjelmassa. Aihetta tutkitaan tekemällä kaksi kvalitatiivista tutkimusta, katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysi, sekä automaatiotutkimus. Suoritan myös taulukkolaskentaohjelmien vertailuanalyysin.

Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysillä tutkin mitkä tekijät vaikuttavat katselukertojen kasvuun ja ovat tärkeimpiä kanavalle. Automaatiotutkimuksella käsittelen ongelmakohtia datan syöttämisestä manuaalisesti Exceliin ja onko datan keräämistä ja päivittämistä mahdollista automatisoida. Taulukkolaskentaohjelma vertailuanalyysillä selvitan, millaisia työkaluja on saatavilla YouTube Studiosta saatavan datan analysointiin.

2 Työn lähtökohdat

Opinnäytetyö sai alkunsa siitä, että työskentelen yrittäjänä YouTube-kanavan parissa. Tech Moments -kanava kuuluu Moments-brändiin, joka koostuu tällä hetkellä kolmesta kanavasta, Moments Media (1,9 miljoonaa tilaajaa), Tech Moments (1,7 miljoonaa tilaajaa) ja Curious Moments (100 000 tilaajaa).

Tech Moments -kanava, jolle työskentelen, on YouTube Shorts -kanava. Videot ovat pystysuuntaisia lyhytvideoita, kestoaltaan noin 10-30 sekuntia. Kanava on niin sanottu No Face -kanava, eli emme itse esiinny videoilla, vaan videolla puhuu tekoälyllä luotu ääni. Videot on tehty englannin kielellä ja suurin katselukuntamme on Yhdysvalloissa (26.1 %). Videot ovat Teknologia- ja insinööriaiheisia, suurin osa kanavalle tehdyistä videoista koostuu ulkopuolisten yritysten tuotteista ja videot on koottu pääosin ulkopuolisten yritysten kuvaamasta materiaalista, eli videoita ei kuvata itse.

Aloin pohtia, kuinka voisin yhdistää työni ja opinnäytetyön. Koska datan tutkimisen ja analysoinnin avulla voidaan ymmärtää millaiset videot toimivat meidän katsojillemme, sekä kehittää sisältöä entistä paremmaksi, joten päätin valita aiheeksi ”Datan hyödyntäminen kaupallisen YouTube toiminnan kehittämisessä.”

Koska tällä hetkellä pidän kirjaa kanavan videoista Excel-tiedostossa, johon merkataan vain katselukerrat ja se, kuinka suuri prosentti jäi katsomaan videota, on tärkeä selvittää mitä

muuta hyödyllistä dataa olisi kannattavaa seurata, jotta kanavan toimintaa voitaisiin kasvattaa. Excelin ylläpitäminen täysin manuaalisesti on työlästä, minkä vuoksi on tärkeää selvittää voisiko tätä prosessia automatisoida osittain tai jopa täysin.

Tämä kehittämistyö hyödyntää myös kahta muuta Moments-brändimme YouTube-kanavaa, jotka voivat ottaa valmiin taulukkolaskentaohjelman käyttöön ja parantaa omaa toimintaansa sen avulla. Tämä kehittämistyö auttaa toimeksiantajaani kehittämään liiketoimintaansa kokonaisvaltaisesti.

2.1 Kehittämistyön tavoitteet

Kehittämistyön tavoitteena on selvittää kuinka hyödyntää dataa parhaiten kaupallisen YouTube-toiminnan kehittämisessä. Tavoitteena on selvittää mikä YouTube Studion datasta on kaikkein tärkeintä YouTube Shorts -videoiden menestyksen kannalta ja kuinka hyödyntää sitä omassa tietokannassa. Tavoitteena on myös selvittää mitä uutta dataa voi hyödyntää omassa tietokannassa, jota ei vielä hyödynnetä.

Kehittämistyö myös pohtii manuaalisesti päivitettävän tietokannan haittoja ja onko tätä prosessia mahdollista automatisoida, joko kokonaan tai osittain ilman osaamista koodaamiselle. Vertailuanalyysilla selvitetään Microsoft Excelin käytettävyyttä kilpailijoihin ja onko paras ratkaisu pysyä Excelissä vai siirtyä kokonaan uuteen taulukkolaskentaohjelmaan.

Tavoitteena on siis saada käyttöön automatisoitu tietokanta, jossa pystyy analysoimaan jo tehtyjä videoita paremmin, kuin YouTube Studio -palvelussa. Kun tavoite on saavutettu, se voidaan ottaa käyttöön niin kanavalla, jolla työskentelen, kuin Moments-brändin muillakin kanavilla.

2.2 Kehittämistyön tutkimuskysymykset

Kehittämistyö käyttää apunaan seuraavia tutkimuskysymyksiä.

- Miten dataa voidaan hyödyntää kaupallisen YouTube-toiminnan kehittämisessä?
- Mitkä tekijät vaikuttavat katselukertojen kasvuun YouTube Shorts -videoissa?
- Onko mahdollista automatisoida datan kerääminen omaan tietokantaan?
- Miten Microsoft Excel vertautuu muihin taulukkolaskentaohjelmiin YouTube Shorts -datan analysoinnissa ja automatisoinnissa?

2.3 Aihealueen rajaus

Kehittämistyön aihealue on rajattu käsittelemään YouTube Shorts-videoiden dataa ja kuinka niitä hyödyntää kaupallisessa YouTube toiminnan kehittämisessä. Tämä kehittämistyö ei ota

ollenkaan huomioon YouTube'n pitkissä videoissa käytettävää dataa. Aihe on myös rajattu vain YouTube Shorts -videoihin, eikä muiden sosiaalisen medianalustojen videoihin.

2.4 Keskeiset käsitteet

AdSense	Googlen luoma ja ylläpitämä kaupallistumishjelma, jonka avulla tienataan mainostuloja YouTube-videoista.
API	Application Programming Interface, eli suomeksi ohjelmistorajapinta
Data-analytiikka	Prosessi, jossa kerätty data suodatetaan, prosessoidaan ja tulkitaan.
Faceless Channel	YouTube-kanava, jolla kanavan ylläpitäjä ei itse esiinny kameran edessä.
Hook	Lyhytvideoiden ensimmäisten sekuntien tulee herättää katsojien mielenkiinto, jotta hän jatkaa katsomista.
Instagram Reels	Instagramin oma versio pystysuuntaisille lyhytvideoille.
Kanava jäsenyys	Maksullinen tilaus, jossa tilaajat voivat ostaa jäsenyyden, jolla saavat materiaalia yksinoikeudella
Katsottu prosentti	Kuinka iso osa videon nähneistä jäi katsomaan videota verrattuna, kuinka moni pyyhkäisi videon pois.
Microsoft Excel	Microsoftin luoma taulukkolaskentaohjelma.
Niche	YouTube'ssa käytetty synonyymi sanalle "aihepiiri". Oikean aihepiirin valitseminen omalle kanavalle on erittäin tärkeää.
Superkiitos	YouTube'n superkiitos on ominaisuus, jolla katsojat voivat tukea sisällöntuottajaa rahallisesti.
Thumbnail	Pieni esikatselukuva YouTube-videossa.
TikTok	Lyhytvideoiden jakamiseen tarkoitettu sosiaalisen median -sovellus.
YouTube	Videopalvelu, johon käyttäjät voivat lisätä omia videoita, sekä katsoa ja kommentoida muiden videoita.

YouTube Partner Program	Kumppanuusohjelma, jossa kanavan haltija sallii YouTubeen näyttää mainoksia videoissaan.
YouTube Premium	Maksullinen tilauspalvelu, jolla katsoja voi katsoa videoita ilman mainoksia.
YouTube Shorts	Pystysuuntaisille- ja alle minuutin pituisille videoille luoto palvelu YouTubeen.
YouTube Studio	Sisällöntuottajille suunnattu analytiikka- ja hallintatyökalu.

3 YouTube

YouTube on Googlen omistama videoiden jakamiseen tarkoitettu verkkopalvelu ja sosiaalisen median alusta. YouTube perustettiin helmikuussa 2005 kolmen entisen PayPal:in työntekijän toimesta, Steven Chen, Chad Hurley ja Jawed Karim. Heillä oli ideana, että ihmiset pitäisivät ”kotivideoiden” jakamisesta. YouTube:n kasvu oli nopeaa, kun toukokuussa 2005 sivustolla oli 30 000 kävijää päivässä. Joulukuussa sivustolla olevat videot keräsivät 2 miljoonaa katselukertaa päivässä ja tammikuussa 2006 sama luku nousi jo 25 miljoonaan katselukertaan. Vuoden lopussa Google osti YouTube:n 1,65 miljardilla dollarilla. (Hosch 2024.)

YouTube on jatkuvasti kasvava alusta. Hootsuite:n ja We Are Social yhdessä tekemän State of Digital 2020 julkaisun mukaan, alustalle kirjautuu joka kuukausi 2 miljardia käyttäjää (Kemp 2020). YouTube:n suuruudesta kertoo myös se, että se on Googlen jälkeen maailman toiseksi suurin hakukone. (Mladenov 2024.)

YouTube tarjoaa kenelle tahansa mahdollisuuden omien videoiden julkaisuun, mutta suurin osa tyytyy kuitenkin katselijan rooliin. Halusi käyttäjä sitten katsoa videobloggaajia, pelivideoita, tutoriaaleja tai vaikka musiikkivideoita, löytyy YouTubeesta loputtomasti hyödyllistä sisältöä ja viihdettä käyttäjillensä. Käyttäjillä on mahdollisuus tilata (subscribe) muiden kanavia, jonka jälkeen heidän videoitansa suositellaan käyttäjän etusivulla. (Pönkä 2015.)

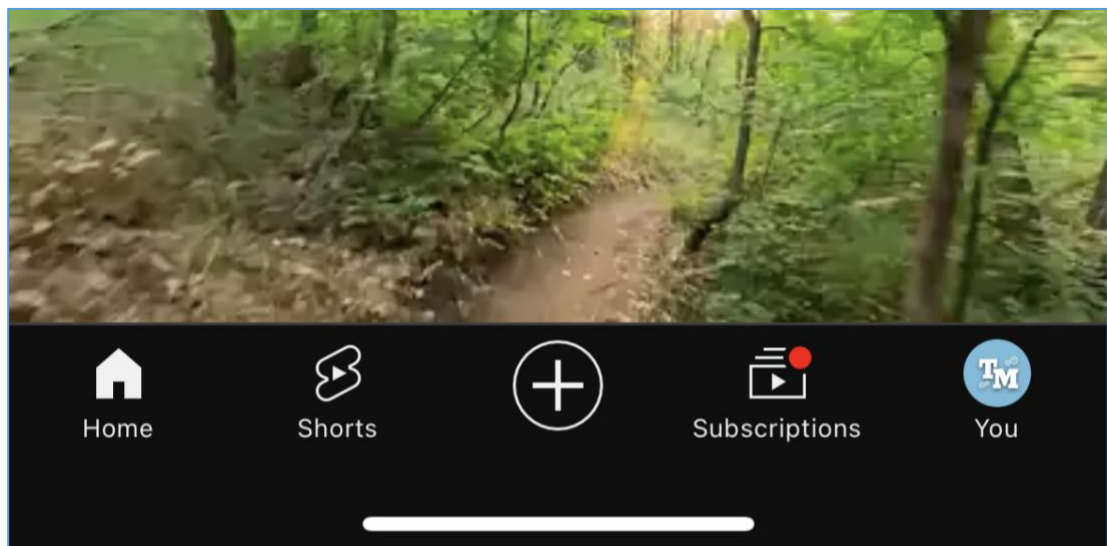
YouTube tarjoaa useita tapoja tienata rahaa. Yksi näistä tavoista on AdSense-ohjelma, jolla sisällöntuottaja voi tienata rahaa videoidensa mainostuloilla. (Cannel & Travis 2022, 9.) Kun kanava on saavuttanut 1000 tilaajaa ja 4 000 tuntia katseluaikaa pitkiin videoihin, kanava voi hakea YouTube Partner Program -ohjelmaan. Jos kanava hyväksytään, voidaan kanavan videot kaupallistaa. Kaupallistettuaan kanavan rahaa voi tienata mainostuloista, kanavan

jäsenyyksistä, Premium-tilauksien tuloista, superkiitoksista ja fanituotemyynneistä. (RankMyApp 2024.)

3.1 YouTube Shorts

YouTube Shorts on uusi palvelu YouTubessa, joka luotiin kilpailemaan TikTokia ja Instagram Reelsiä vastaan. TikTok on julkaistu vuonna 2018, jonka jälkeen sen kasvu on ollut valtaisa. Vuonna 2022 TikTokilla oli 1,7 miljardia kuukausittaista kävijää ja se on saavuttanut suuren suosion nuorten keskuudessa. TikTokin suosio perustuu siihen, että videot ovat lyhyitä ja ne voidaan tehdä, sekä julkaista mobiililaitteilla. Syyskuussa 2020 YouTube julkaisi ”Shorts” -toiminnon, jota testattiin aluksi Intiassa. YouTube Shorts oli menestys keräten 3,5 miljardia näyttöä päivässä alle puoli vuotta julkaisun jälkeen. Maaliskuussa 2021 YouTube Shorts julkaistiin Yhdysvalloissa. (Empreender 2022.)

YouTube Shorts -videot ovat pystysuuntaisia lyhytvideoita. Noin 15 sekuntia kestävät videot ovat erittäin suosittuja tekijöiden keskuudessa. Niiden tarkoituksena on viihdyttää sekä tuottaa arvoa niiden katsojille. YouTube Shorts -videoita pääsee katsomaan mobiililaitteella, painamalla vasemmasta alakulmasta löytyvää Shorts painiketta. (Anderson 2021.) Shorts ominaisuudessa YouTuben algoritmi syöttää videoita katsojalle. Käyttäjä pyyhkäisee ylöspäin katsoakseen seuraavan videon ja syötteestä tuleva video on täysin algoritmin valitsema, kun taas pitkämuotoisissa YouTube-videoissa käyttäjä valitsee seuraavan videon algoritmin suosittelemisista videoista. (Breitman 2024.)



Kuva 1: YouTube -sovelluksen alapalkki, josta pääsee Shorts syötteeseen painamalla ”Shorts” näppäintä.

Suuren suosion myötä YouTube Shorts on lisätty YouTube Partner Program -ohjelmaan, joka tarkoittaa sitä, että käyttäjät voivat tienata Shorts-videoilla. Suurin osa Shortseilla

tienatuista rahoista on mainostuloja. Päästäkseen YouTuben Partner Program -ohjelmaan ja saadakseen kaupallistettua kanavansa pelkästään lyhytvideoiden avulla täytyy saada kanavalle 1 000 tilaajaa sekä 10 miljoonaa näyttökertaa viimeisen 90 päivän aikana. (Intuit Mailchimp 2024.)

3.2 Kasvoton YouTube kanava

Yksi viimeaikojen kasvavimmista ilmiöistä on Faceless Channels, eli kasvottomat kanavat, joissa videon tekijä ei esiinny ollenkaan kameran edessä. Tämä tapa sopii loistavasti kanavan perustamiseen ja kasvattamiseen sellaisille henkilöille, jotka eivät itse halua esiintyä sosiaalisessa mediassa. Tästä syystä kasvottomat kanavat ovat yleistyneet valtavasti myös muissa sosiaalisen median kanavissa. (Gomez 2024, 4-5.)

Kasvottomalla sisällöllä on useita eri muotoja, kuten animoidut videot, näytöntallennukset, voice-over kerronta ja tekstipohjaiset esitykset. Videoissa voi olla äänenä joko tekijän omaa puhetta tai tekoälyllä luoto tarinankertoja. Tämän tyyppinen sisältö auttaa videotekijää keskittymään laadukkaaseen sisältöön, ilman painetta esiintyä kameran edessä. Yksi merkittävimmistä syistä kasvottomille kanaville on se, että henkilöt pystyvät salaamaan henkilöllisyytensä täysin. Kasvottomat kanavat vähentävät myös ennakkoluuloja tekijän ulkonäköä, kansallisuutta, ikää ja sukupuolta kohtaan. Kasvottomat kanavat ovatkin erittäin suosittuja tietyissä aiheissa kuten koulutus-, teknologia ja pelinicheissä. Näissä videon tekijä voi luoda monimutkaisista aiheista helposti ymmärrettäviä kokonaisuuksia animaatioiden ja voice-over kerronnan avulla. (Gomez 2024, 6-7.)

3.3 YouTube Studio

YouTube Studio on työkalu ja sovellus, jonka avulla videotekijät voi julkaista, editoida ja analysoida videoita, sekä vastata videoihin saatuihin kommentteihin. Studio on todella hyödyllinen työkalu, jonka YouTube kanavan haltijan tulee hallita, saadakseen kaiken irti YouTube kanavastaan. Studio on ilmainen YouTuben tarjoama työkalu, eikä sen käyttämiseen tarvitse tiettyä tilaajaa määrää, tarvitset vain YouTube kanavan. (Lang 2024.)

YouTube Studiossa on mahdollista hallita kanavaasi kuten ulkoasua, kuvausta ja brändiä. Se mahdollistaa videoiden postaamisen ja muokkaamisen, thumbnailin lisäämisen sekä kommentteihin vastaamisen. YouTube Studiossa voit luoda ja hallita soittolistoja sekä lisätä tekstityksiä videoihin. Voit myös hallita monetisointiasetuksia, kuten videomainoksia ja tarkistaa mainostulot. (Buffer 2024.)

Mahdollisesti oleellisin työkalu, johon YouTube Studiota voi käyttää on kanavan suorituskyvyn seuraaminen ja parantaminen datan avulla. Se tarjoaa kanavan haltijalle pääsyn tiettyihin mittareihin ja raportteihin, jotka liittyvät katsojien aktiivisuuteen ja kanavan tuloihin.

Studion etusivu antaa katsauksen viimeisimpien videoiden suorituskyvystä, sekä kanavan uusista aktiviteeteistä, kommenteista ja tilaajamäärästä. Lisäksi tilastot välilehdellä voi tutkia dataa syvemmin. (Lang 2024.)

YouTube Studion etusivulta tärkeimpinä mittareina löytyy kanavan katselukerrat, tilaajat sekä arvioidut tulot. Sisältö välilehdellä käyttäjä löytää esimerkiksi, kuinka suuri prosentti jäi katsomaa videota. Yleisö välilehti antaa tärkeää tietoa kanavan katsojista. Tältä välilehdeltä löytyy esim. palaavat katsojat mittari, yleisösi katsomat kanavat, sekä mihin aikaan he ovat YouTubessa. Tulos välilehti puolestaan kertoo kanavan saaduista tuloista. (YouTube Studio 2024).

Avattuaan Shorts-videon analytiikka välilehden etusivun, käyttäjä näkee videon katselukerrat, tilaajat videosta, sekä katselukertojen keskimääräisen keston. Tavoittavuus välilehdeltä käyttäjälle tärkeimpinä mittareina ovat kuinka moni prosentti jäi videota katsomaan, sekä näyttökerrat Shorts-syötteessä ja katselukerrat. Aktivointi välilehdeltä käyttäjä löytää katselukertojen keskimääräisen keston, sekä keskimääräisen katselun osuuden prosentteina. Yleisö välilehdeltä käyttäjä voi tarkastella mistäpäin maailmaa näytöt tulevat ja minkä ikäistä videon katsojat ovat. Tulot välilehti puolestaan näyttää paljon kyseinen video on tuottanut tuloja ja mikä on videon RPM (Revenue per 1k views). Taulukot yksi ja kaksi kertovat laajemmin millaista dataa löytyy kanavan tilastot välilehdeltä sekä Shorts videon analytiikka välilehdeltä (YouTube Studio 2024).

Taulukko 1: YouTube Studion Kanavan tilaston -välilehden toiminnot (YouTube Studio 2024).

Etusivu	Sisältö	Yleisö	Tulot
<ul style="list-style-type: none"> • Katselukerrat • Katseluaika (tunteina) • Tilaajat • Arvioidut tulot • Reaaliaikainen tilaajamäärä • Uusin sisältä • Suosituin sisältö (valitulla ajanjaksolla) 	<ul style="list-style-type: none"> • Katselukerrat • Näyttökerrat fiidissä • Tykkäykset • Tilaajat • Miten katsojat löytävät Shorts - videosi • Kuinka moni % päätti katsoa 	<ul style="list-style-type: none"> • Palaavat katsojat • Yksittäiset katsojat • Tilaajat • Yleisöä kasvattavat videot • Yleisösi katsomat kanavat • Mihin aikaan katsojasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Arvioidut tulot • Ansaitut tulot

Etusivu	Sisältö	Yleisö	Tulot
		ovat YouTubessa	

Taulukko 2: YouTube Studion Shorts videon analytiikka -välilehden toiminnot (YouTube Studio 2024).

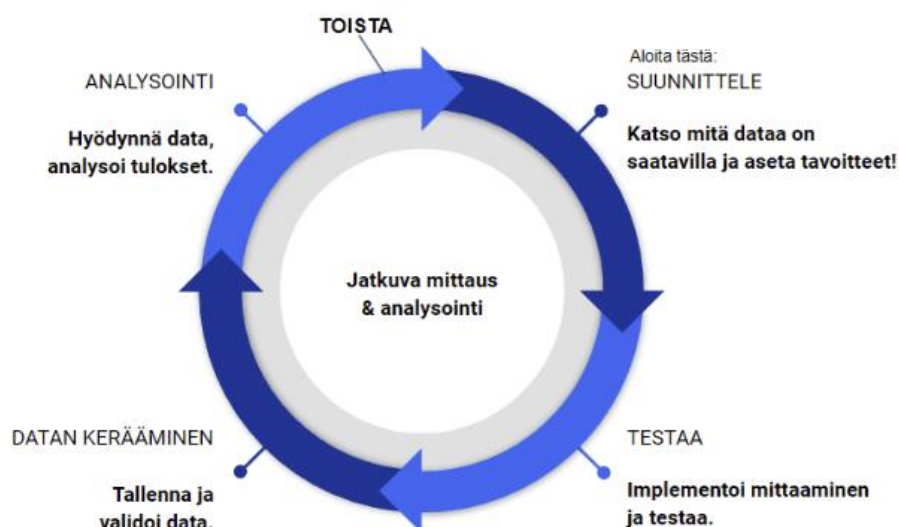
Etusivu	<ul style="list-style-type: none"> • Katselukerrat • Tilaaajat videosta • Arvioidut tulot • Katselukertojen kesimääräinen kesto • Keskimääräinen katselu osuus prosentteina
Tavoittavuus	<ul style="list-style-type: none"> • Näyttökerrat fiidissä • Katselukerrat • Yksittäiset katsojat • Miten katsojat löytävät Shorts-videon • Näin moni päätti katsoa prosentti
Aktivointi	<ul style="list-style-type: none"> • Katseluaika tunteina • Katselukertojen keskimääräinen kesto • Keskimääräinen katselu osuus prosentteina • Tykkäykset %
Yleisö	<ul style="list-style-type: none"> • Palaavat katsojat • Yksittäiset katsojat • Tilaaajat • Ikä ja sukupuoli • Tärkeimmät alueet
Tulot	<ul style="list-style-type: none"> • Arvioidut tulot • Katselukerrat

- Tuhannen katselukerran tulot (RPM)

3.4 Data-analytiikka

Data ei tarkoita vain numeromuodossa olevia asioita, vaan dataa voi olla monessa muodossa, esimerkiksi kuvina tai äänenä. Data viittaa laaja-alaisesti analysoitavissa olevaan informaatioon eri muodoissaan. Data voi olla jäsenneiltyä, jäsentelemätöntä tai osittain jäsenneiltyä. Jäsenneityllä datalla tarkoitetaan strukturoitua, järjestettyä dataa, joka sijaitsee esimerkiksi selkeissä Excel-taulukoissa. Läheskään kaikki data ei kuitenkaan ole tällaista ja jäsentelemättömällä viitataan strukturoimattomaan, järjestelemättömään dataan. Data itsessään ei tarjoa hyötyä, vaan sen hyödyt tulevat tehokkaasta ja oikein suoritetusta datan analysoinnista. (Data.fi 2024.)

Itse sana *data-analyysi* tarkoittaa prosessia, jossa kerätty data suodatetaan, prosessoidaan ja tulkitaan, jotta voidaan luoda perusteltuja toimenpide-ehdotuksia tukemaan päätöksentekoa. Data-analytiikka onkin merkittävässä roolissa yrityksen menestyksen kannalta. Datan analysointi mahdollistaa kuluttajakäyttäytymisen ymmärtämisen, optimoi markkinointitoimenpiteitä sekä ennustaa trendejä. Jos yritys ei hyödynnä data analysointia, riski tehdä huonoja päätöksiä kasvaa, joka voi johtaa ajan ja resurssien tuhlaamiseen. Datan analysointi koostuu neljästä vaiheesta, suunnittelusta, datan keräämisestä, käsittelystä ja tulkinnasta, joiden on tarkoitus tukea päätöksentekoa ehdotuksissa ja testausideoissa. Datan analysoinnissa on tärkeää, että kerätty data validoitu ja puhdistettu, jotta analyysin tulokset ovat luotettavia. (Mertanen 2024.)



Kuva 2: Datan analysoinnin vaiheet (Mertanen 2024).

Helmikuussa 2017 julkaistussa talouslehti Forbesin artikkelissa kerrottiin, että dataa syntyy joka vuosi 16.3 ZB verran (zettabyte = triljoona gigatavua). Mobiililaitteet, autot, lentokoneet ja muut älylliset laitteet tuottavat 2.5 kvintiljoonaa (luku, jossa on 30 nollaa) tavua dataa joka päivä. Tätä ilmiötä kutsutaan myös nimellä Big Data. Luvut ovat valtavia ja tätä dataa kaikki haluavat hyödyntää ymmärtääkseen paremmin niin omaa liiketoimintaa kuin ympäröivää maailmaa. Mikäli datan hyödyntäminen edellyttää manuaalista tietojen yhdistelyä, prosessi voi olla ongelmallinen. Manuaalinen käsittely on usein hitaampaa, työläämpää ja alttiimpaa virheille kuin automatisoitu prosessi. Manuaalinen datankäsittely siis kasvattaa merkittävästi virheiden riskiä. (Väre 2019, 4-5.)

4 Katselutilastojen analytiikka ja mittarit

Saadakseen parhaan hyödyn irti YouTube Shorts -videoista, tulee tietää mitkä toimintatavat ovat kannattavia ja mitkä ei. Videoiden suorituskykyä täytyy seurata säännöllisesti, jotta voi tehdä tarpeellisia muutoksia parempien tulosten saamiseksi. Tekemällä kiinnostavia Shorts-videoita, saa suurella todennäköisyydellä paljon katselukertoja. Katselukerrat ovat tärkeitä, sillä mitä enemmän saa näyttöjä sitä suuremmalla todennäköisyydellä tilaajamäärät kasvavat. Näytöt pelkästään eivät kuitenkaan ole kaikki kaikessa, vaan tulee seurata muitakin mittareita saadakseen kokonaisvaltaisemman kuvan siitä, kuinka katsojat viihtyvät videoiden parissa. (Empreender 2022.)

4.1.1 Reach

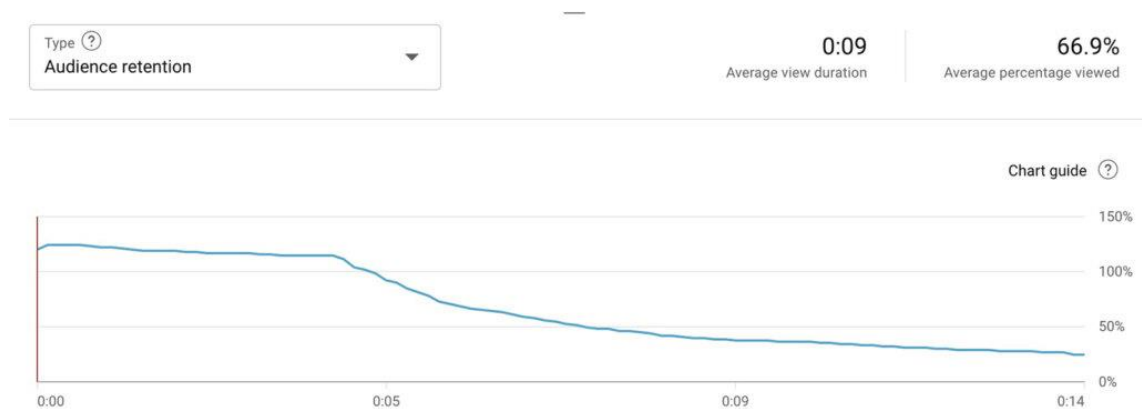
YouTube Shorts -maailmassa näyttöjen saaminen on huomattavasti suoraviivaisempaa kuin pitkissä videoissa ja Shorts-videoissa voikin unohtaa klikkausprosentit. Shorts-algoritmi toimii kahdessa vaiheessa: **tutki** ja **hyödynnä**. Aluksi videota testataan pienellä kohdeyleisöllä, jos tämä yleisö pitää videosta, sitä suositellaan laajemmalle yleisölle. Tämä alun testiyteisö, on erittäin tärkeä videon menestykselle, sillä jos he eivät pidä videosta, video ei todennäköisesti menesty. Shorts-videot tulevat syötteestä ja katsojalta puuttuu tietoisentalinnanelementti, tästä syystä videoita on testattava määritelläkseen sen arvon. Tälle ensimmäisen tärkeä mittari on 'Viewed vs. Swiped away'. (Samaddar 2025.)

Viewed vs Swiped Away, eli mittari, joka kertoo kuinka moni prosentti videon Shorts-syötteeseen saaneista jäi videota katsomaan verraten siihen, kuinka moni pyyhkäisi videon pois. Tämä on yksi tärkeimmistä mittareista sille, kuinka video tulee menestymään algoritmissa. Mitä korkeampi prosentti, sitä todennäköisemmin video menestyy. (Oladipo 2023.)

Medium-sivuston järjestämän tutkimuksen mukaan, jossa tutkittiin yli 3 miljardia näyttöä yli 5400 videolta ja 33 eri kanavalta, selvisi, että videot, jota jäivät katsomaan alle 60 %

käyttäjistä menestyivät huonosti. Videot, joita 70-90 % käyttäjistä jäivät katsomaan, menestyivät paremmin. (Lacomblet 2023.)

Katselukerrat auttavat tunnistamaan sisällön, joka on onnistuneesti kiinnittänyt yleisön huomion. YouTube ei ole toistaiseksi täsmentänyt, mikä tarkalleen ottaen määrittää katselukerran tai pyyhkäisyn, eli kuinka pitkään videota on katsottava ennen kuin se rekisteröidään katseluksi. Tästä syystä on tärkeää ottaa huomioon myös yleisön pysyvyyssmittari (retention). Tämä mittari voi antaa kattavamman kuvan siitä, kuinka arvokkaita katselukerrat ovat ja mitä ne merkitsevät kanavalle. YouTube Studio näyttää videon keskimääräisen katselun keston, sekä kaavion, josta näkyy, milloin katsojilla on taipumus klikata pois. Kuvan kolme kaavio auttaa tunnistamaan, millaisissa kohdissa katsoja jättää videon ja sitä myötä parantamaan katsojien pysyvyyttä. (Sonnenberg 2023.)



Kuva 3: Esimerkki Shorts videon retention kaaviosta (Sonnenberg 2023.)

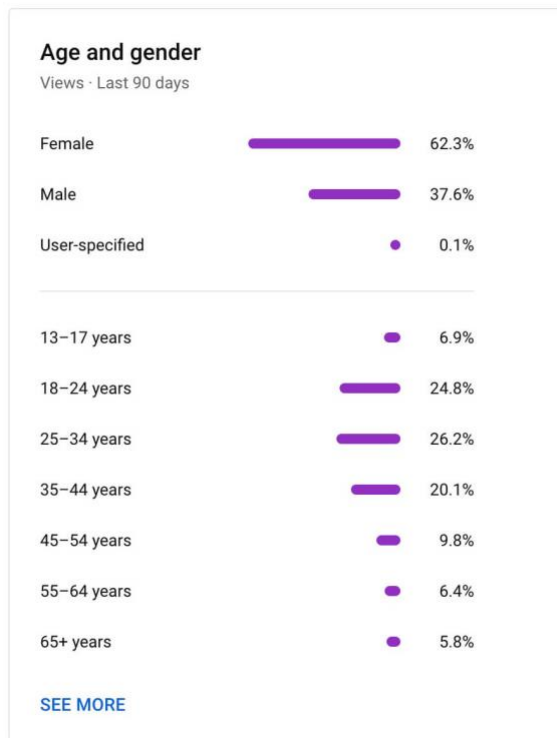
4.1.2 Engagement

Videoissa tulee kiinnittää huomiota tykkäyksiin, kommentteihin, jakoihin ja saatuihin tilaaja määriin. Nämä mittarit antavat arvokasta tietoa siitä, kuinka katsojat ovat vuorovaikutuksessa videoihisi sekä se voi ennustaa katsojien kiinnostusta ja tyytyväisyyttä videota kohtaan. On kannattavaa käyttää aikaa kommenttien ja katsojien palautteiden analysointiin. On huomioitava positiiviset ja negatiiviset kommentit, jotta saa käsityksen mikä resonoi katsojille ja millä alueilla voi tehdä parannuksia. (Thompson 2024, 81-82.)

4.1.3 Audience Demographics

Katsojat, jotka katsovat kanavan pitkiä videoita, eivät välttämättä ole samoja, jotka katsovat kanavan lyhytvideoita. Tietämällä ketkä katsovat sisältöäsi, videot voi tehdä heidän tarpeisiinsa ja kiinnostuksenkohteisiin sopivampia ja sitä kautta parantaa suorituskykyä. YouTube Studio tarjoaa mahdollisuuden selvittää yleisön ikä- ja sukupuolijakauman, sekä mistä päin maailmaa katselut tulevat. Onko jollakin yleisösegmentillä enemmän

katselukertoja tai käyttäkö se suhteessa enemmän aikaa sisällön katsomiseen? Jos näin on, on hyvä miettiä, kuinka tehostaa Shorts-videoita näille segmenteille entistä tehokkaammin. Kuva neljä antaa esimerkin miltä ikä- ja sukupuolijakauma näyttää YouTube Studiassa. (Sonnenberg 2023.)



Kuva 4: Dataa ikä ja sukupuoli jakaumasta Studiassa (Sonnenberg 2023.)

4.1.4 Datat hyödyntäminen

YouTube Studion avulla voidaan selvittää mitkä videot toimivat parhaiten. Kun selvittää miksi parhaat videot toimivat paremmin kuin huonot, voi tehdä uusia videoita menestyneen reseptin pohjalta. Täytyy myös ymmärtää miksi heikosti näyttöjä saavat videot eivät toimi. Eikö videon alku ole tarpeeksi kiinnostava vai onko videossa tietty kohta, jolloin katsojat pyyhkäisevät pois? Käyttäen aikaa niin hyvien kuin huonojen videoiden tutkimiseen, antaa se pitkässä juoksussa lisäarvoa uusien videoiden tekemiselle. (Empreender 2022.)

Suorituskykymittareiden seuraamisella ja avainindikaattoreilla, ymmärtämällä katsojien palautteen ja sitoutumisen, sekä kehittämällä uutta sisältöä datan avulla voidaan optimoida sisältöstrategiaa ja nostaa mahdollisuutta luoda viraali YouTube-video (Thompson 2024, 83). YouTube Studion valtava datamäärä voi turhauttaa, jos tämän hyödyntämiseen ei ole selkeää suunnitelmaa. On ratkaisevan tärkeää tietää mitkä keskeiset suorituskykyindikaattorit ovat etusijalla, jotta saa käyttökelpoista tietoa sisältöstrategian luomiseksi. (Edet 2024, 35.)

4.2 Automaatiotutkimus

Vaikka YouTube Studio on loistava työkalu mittaamaan videoiden menestystä, parhaimman hyödyn saa irti siirtämällä tämän datan omalle data-alustalle. Datan lisääminen, sekä päivittäminen esimerkiksi Excel-taulukkoon manuaalisesti on erittäin työlästä, sekä altistaa virheille. Mikäli kanavalla olisi esimerkiksi 200 videota ja data tulisi päivittää Exceliin kerran viikossa, tehtävä olisi lähestulkoon mahdoton ja kävisi viikko viikolta raskaammaksi, kun videoita tehdään lisää kanavalle. Tästä syystä on tärkeää tutkia automatisoinnin mahdollisuutta, sekä kuinka sitä voidaan hyödyntää omassa datan analysoinnissa ja liiketoiminnassa.

Automatisoinnilla tarkoitetaan prosessia, jossa ihmisen suorittama työ korvataan koneiden, robotiikan tai ohjelmistojen avulla. Ihmisen kognitiivisia tai fyysisiä kykyjä vaativia tehtäviä hoidetaan tekoälyllä, koneoppimisella ja muilla älykkäillä teknologioilla. Prosessin tarkoituksena onkin tehostaa prosesseja, vähentää virheitä, sekä säästää kustannuksissa, mutta etenkin vapauttaa ihmiset rutiininomaisista tai jopa vaarallisista työtehtävistä. Näin ollen henkilöstö pystyy keskittymään luovempiin tai korkeamman tason työtehtäviin. (Numminen 2023.)

4.2.1 Datan automatisointi

Datan automatisointi on tiedonhallintateknikka, jonka suosio on kasvanut vuosi vuodelta. Sen avulla voidaan kerätä, ladata, muuntaa, tallentaa, käsitellä ja analysoida dataa ilman ihmisen tekemää manuaalista työtä. Tietojen syöttäminen, muuntaminen, puhdistaminen ja analysoiminen ovat aikaa vieviä tehtäviä, joiden automatisointi auttaa organisaatioita hyödyntämään dataa parhaalla mahdollisella tavalla, sekä nopeuttaa ja helpottaa dataan perustuvien päätösten tekemistä. Data automatisointi voidaan soveltaa erilaisiin data tyyppeihin, kuten strukturoituun ja strukturoimattomaan dataan. Sitä voidaan hyödyntää erilaisissa datalähteissä, kuten sisäisissä- ja ulkoisissa tietokannoissa, pilvipohjaisissa datalähteissä, verkkopalveluissa ja API-ratkaisuissa. Dataputket voidaan automatisoida eritavoin, esimerkiksi:

- **Aikataulutettu:** Ajoittamalla dataprosessin on yleisin automatisoinnin tapa. Esimerkiksi öisin, kerran vuorokaudessa suoritettavat data-ajot käsittelevät kuluneen päivän kerätyt tiedot.
- **Käynnistettävä:** Data prosessi käynnistyy automaattisesti, kun tietyt ehdot täyttyvät. Tämä prosessi pitää huolen, että datan siirto suoritetaan vain silloin kun se on tarpeen eikä kuluta resursseja, kun uutta dataa ei ole saatavilla.

- **Suoratoisto:** Suoratoistoputkea voidaan käyttää lähes välittömästi raakadatan käsittelemiseen. Tämä prosessi käsittelee dataa reaaliajassa sitä mukaan, kun sitä syntyy. (Databricks 2024.)

Automaation käyttöönotto voi parantaa merkittävästi yrityksen datan analysointiprosesseja ja antaa mahdollisuuden hyödyntää datan koko potentiaalin. Datan automatisoinnilla on useita etuja, esimerkiksi:

- **Datan laadun parantuminen:** Manuaalisesti käsiteltävät suuret datamäärät altistavat inhimillisille virheille. Automatisointi vähentää inhimillisiä virheitä, sekä varmistaa, että data ladataan johdonmukaisesti ja jäsennellysti.
- **Tuottavammat tehtävät datasuunnittelijoille:** Asianmukainen datan automatisointi strategia auttaa datasuunnittelijoita keskittymään tuottavampiin tehtäviin.
- **Parempi tuottavuus:** Automaatiolla mahdollistetaan tehokas datan käsittely ja analysointi.
- **Nopeus:** Erilaisista lähteistä olevien valtaviin datamäärien käsittely, voi olla ihmiselle haastavaa ja aikaa vievää, mutta tietokoneet pystyvät hoitamaan monimutkaiset ja aikaa vievät tehtävät tehokkaasti. (Databricks 2024.)

4.2.2 API

API tarkoittaa ohjelmointirajapintaa ja on lyhenne sanoista Application Programming Interface. API on siis sovellusliittymä ja lyhenne sovellusohjelmointirajapinnasta. API sallii sovellusten kommunikoinnin toisten sovellusten kanssa. Sovellusliittymän avulla voidaan siirtää tietoa automaattisesti linkitettyjen eri ohjelmien välillä, ennalta määriteltyjen menettelyjen mukaisesti. Tämä tapahtuu automaattisesti, eikä käyttäjän tarvitse käyttää aikaa tietojen siirtämiseen manuaalisesti. (Passeli 2024.)

Kun API-rajapinnat toimivat välittäjinä, erisovellukset voivat kommunikoida keskenään esimerkiksi lähettämällä tai noutamalla tietoa, sekä sallia eri ohjelmistokomponenttien tehtävien suorittamisen. Määritellyt selkeät menetelmät mahdollistavat eri ohjelmistojen luotettavan vuorovaikutuksen riippumatta niiden arkkitehtuurista tai teknologiasta. API:t mahdollistavat vuorovaikutuksen ulkoisten ohjelmistojen kanssa tarjoamalla rajatun joukon toimintoja ja datapisteitä. Kun yksi tietojärjestelmä haluaa hyödyntää toisen järjestelmän tietoja ja toimintoja, se lähettää pyynnön, joka määrittelee tarvittavat toimenpiteet. Tämä pyyntö kulkee API:n kautta ja kun API antaa käyttöoikeuden, järjestelmä käsittelee pyynnön ja palauttaa vastauksen. API:t ovat kehittyneitä työkaluja nykYTEKNOLOGIASSA ja erittäin tärkeitä, sillä ne edistävät skaalautuvuutta, helpottavat integraatioita ja mahdollistaa automatisoinnin. (SAP 2024.)

4.2.3 YouTube API

YouTube-kanavan kasvattaminen ilman dataan perustuvia tilastoja, ei vie kanavaa pitkälle, sillä nykyään kilpailu on niin valtaisa, että ilman kunnollista strategiaa on vaikea pärjätä. Menestyvät kanavat kykenevät hyödyntämään tekijät, jotka edistävät sisällön suorituskyvyn onnistumista, sekä tekijöitä, jotka tuottavat huonoja tuloksia. Tähän YouTube API on loistava työkalu. On olemassa kaksi yleisintä YouTube APIa, joita käytetään datan keräämiseen, YouTube Analytics API ja YouTube Reporting API. (TubeRanker 2022.)

YouTube Analytics API:lla luodaan mukautettuja YouTube Analytics raportteja reaaliaikaisesti. Kun taas YouTube Reporting API on kehitetty keräämään massaraportteja, jotka sisältävät arvokasta analytiikkatietoa sisällöntuottajille ja kanavien omistajille. Nämä API:t kuulostavat samanlaisilta, mutta Reportin API:a käytetään kokonaisten datakokonaisuuksien massalatausten hakemiseen, kun taas Analytics API:a voidaan käyttää erityyppisten ulottuvuuksien ja mittareiden hakemiseen. Käyttäessä Reporting API:a, käyttäjä joutuu toteuttamaan omat toimintonsa datan suodattamiseksi ja lajittelemiseksi, kun taas Analytics API:n avulla käyttäjät voivat lajitella ja suodattaa tarvittavat mittarit ennen kuin tiedot on haettu. (TubeRanker 2022; YouTube 2025.)

4.2.4 YouTube Analytics API

YouTube Analytics API:n avulla käyttäjä pystyy hakemaan hyödyllistä dataa, joka auttaa tekemään tietoon perustuvia sisältöpäätöksiä. Sen avulla kanavan omistajalla on pääsy raportteihin, jotka mittaavat erilaisia mittareita, kuten videokatseluita, tilauksia ja luokituksia. Tarkennettuna, se antaa pääsyn kolmeen tärkeimpään raporttiin.

- **Videoraportit:** Raportit tarjoavat dataa kaikesta kanavan videoita koskevasta käyttäjien toiminnasta.
- **Soittolistaraportit:** Raportit tarjoavat tilastoja kaikista käyttäjien vuorovaikutuksesta YouTube-kanavan soittolistojen kanssa.
- **Mainonnan suorituskyky raportit:** Raportit tarjoavat dataa kanavan tuloista ja mainonnan suorituskyvystä. (TubeRanker 2022; YouTube 2025.)

YouTube Analytics API tarjoaa tarvittavat tiedot sisällön luomisen optioimiseksi kanavien omistajille ja sisällöntuottajille. Saatavilla oleva data voi auttaa sisällöntuottajia ymmärtämään yleisön käyttäytymisen, kuten sukupuolen, iän, sijainnin ja paljon muuta. Datan avulla sisällöntuottaja voi saada vastauksia seuraaviin asioihin.

- Kuinka kauan tyypillinen katsoja katselee sisältöä? (Keskimääräinen katseluaika).
- Katsooko kanavan videoita kohdeyleisö?
- Erot katsojien käyttäytymisessä eri maantieteellisillä alueilla.

- Minä viikonpäivinä videot saavat eniten katseluita?
- Videoiden tykkäykset, kommentit ja jakojen määrä.
- 10 suosituinta YouTube ja Google-hakusanaa, jotka tuottavat liikennettä videoille. (TubeRanker 2022; YouTube 2025.)

4.3 Taulukkolaskentaohjelmien vertailu

Taulukkolaskentaohjelmien vertailua varten valitsin kaksi kilpailijaa Microsoft Excelille, joita lähdin vertailemaan ja tutkimaan, mikä sopisi parhaiten YouTube Studion datan analysointiin ja vertailuun. Tutkin kilpailijoita Googlettamalla, sekä kysymällä ChatGPT:ltä apua. Päädyin valitsemaan vertailuanalyysiin Google Sheetsin, joka on jo entuudestaan tuttu jollain tasolla. YouTube on myös Googlen omistama, jonka takia näiden yhdistäminen on varmasti helpointa. Toiseksi valitsin Applen Numbers-sovelluksen, joka on Applen oma versio Excelistä. Koska käytän Applen laitteita, tämä kuulosti mielenkiintoiselta ja potentiaaliselta valinnalta. Tutkin myös jokaisen kohdalla mahdollisuutta käyttää YouTuben API-ratkaisuja, jotka tulevat vaikuttamaan päätöksen tekoon.

4.3.1 Microsoft Excel

Microsoft Excel on taulukkolaskentaohjelma, joka kuuluu laajaan Microsoft 365 ohjelmistopakettiin. Sen työkaluja ovat numeroiden, tekstien ja muiden tietojen syöttäminen, tallentaminen, analysoiminen ja laskeminen taulukkomuodossa. Excel onkin suunniteltu helpottamaan suurten tietomäärien hallintaa ja sen monimutkaiset laskentatoiminnot auttavat tekemään monimutkaisia matemaattisia laskuja nopeasti ja tarkasti. (Tieturi 2024.) Vuonna 1985 julkaistu Excel on maailman käytetyin ohjelmisto yrityksillä maailmanlaajuisesti. (Langmann 2024).

Exceliä pidetään taulukkolaskennan kuninkaana, sillä ohjelmistolla on tällä hetkellä yli 400 toimintoa, sekä laaja tuki funktioille, makroille ja kaavoille. Muita hyviä ominaisuuksia Excelissä on sen helppo käyttöisyys ja tarjolla on valtavasti erilaisia kurseja ja opetusvideoita, ohjelmiston hallitsemista varten. Excel tukee VBA-koodausta, jonka avulla voidaan automatisoida tehtäviä ja luoda mukautettuja työkaluja. (Langmann 2024.) Hyödyntämällä VBA:ta ja Power Queryä on Excelissä mahdollista käyttää YouTuben API:a.

Excelin isoimmaksi heikkoukseksi nousee sen hinta. Excelin saa halvimmillaan seitsemän euron kuukausi hintaan, eikä sitä voi käyttää ilman aktiivista Microsoft 365 tilausta. Hinta ei ole korkea, mutta maksullisuus saattaa olla haittatekijä verrattuna ilmaiseksi tarjottaviin kilpailijoihin. (Microsoft 2024.) Vaikka Excelissä on visuaalisesti hyvät esitykset, niitä ei kuitenkaan pidetä alustojen kärkenä mitä tulee käytettävyyteen ja näyttävyyteen. Excelin saa integroitua Power BI:n kanssa, joka tarjoaa visuaalisemmat esitykset, mutta sitä ei ole

saatavilla Applen laitteille. Reaaliaikainen yhteistyö kolmannen osapuolen kanssa ei ole myöskään Excelin vahvuuksista. (Langmann 2024.)

4.3.2 Google Sheets

Google Sheets on ilmainen Google-käyttäjällä toimiva taulukkolaskentasovellus. Sen avulla käyttäjät voivat muokata, analysoida ja organisoida erilaista informaatiota. Google Sheets mahdollistaa yksinkertaisen tavan, useamman tiedoston reaaliaikaiseen muokkaamiseen useamman käyttäjän toimesta. Google Sheets on pilvipohjainen alusta. (CFI 2024.)

Google Sheetsin yksi parhaimmista puolista on sen helppo yhteiskäyttö muiden kanssa, taulukoiden muokkaaminen reaaliajassa kollegoiden kanssa on tehokas tapa työskennellä. Kommentointi ja historiatiedot helpottavat yhteistä tekemistä. Sheets toimii saumattomasti Googlen ekosysteemin kanssa ja helppo yhteys muihin Googlen työkaluihin kuten Google Analyticsiin. Google Apps Scriptin avulla voidaan hyödyntää YouTube API: a. (Thelin 2024.)

Sheetsin suurimpana heikkoutena voidaan pitää sen suorituskykyä isojen tietomäärien käyttöön. Koska sitä operoidaan nettiselaimessa, sen kyky käsitellä isoja datamääriä heikkenee. Google Sheets ei ole myöskään kovin kehittynyt verrattuna Exceliin ja sen Pivot-taulukoita pidetään epäjohdonmukaisina. Google Sheets tarvitsee vakaan nettiyhteyden toimiakseen mikä rajoittaa ohjelman käyttöä. (Raymond 2023.)

4.3.3 Apple Numbers

Apple Numbers on Applen vuonna 2007 julkaisema taulukkolaskentasovellus. Se korostaa visuaalista houkuttelevuutta ja helppokäyttöisyyttä. Sen käyttöliittymä on suunniteltu intuitiiviseksi, joten se sopii sekä aloittelijoille, että kokeneille käyttäjille. Numbers sisältää yli 250 toimintoa ja yli 30 valmista pohjaa, auttamaan käyttäjiä nopeasti alkuun. Numbers eroaa kilpailijoistaan sen helposti muokattavilla tauluilla, jonka avulla käyttäjät voivat luoda ja muokata taulukoita, kaavioita, tekstiä ja kuvia yhdessä paikassa. (Garcia 2024.)

Tällä hetkellä Numbers on saatavilla vain Applen laitteille, joka on varmasti monelle rajoittava tekijä, mutta Applen käyttäjille se tuo paljon etuja. Apple Numbersia pidetään parhaana ”Excelinä” visuaalisesti taitaville henkilöille, sillä sen graafiset esitykset ovat näyttäviä, mutta sen toiminnot ovat paljon rajallisempia, eikä sovellu suurten tietomäärien käsittelyyn. Se ei myöskään tarjoa natiivia tukea YouTube API:n käytölle. (Langmann 2024.)

4.3.4 Taulukkolaskentaohjelmien vertailua

Microsoft Excel on tunnettu laajalti yrityskäytössä ja edistyneissä analytiikka-raportointiratkaisuissa. Kehittynyt laskentataulukkoanalytiikka pystyy suodattamaan suuria data-aineistoja sujuvasti. Sovellus toimii loistavasti muiden Microsoft 365 -tuotteiden kanssa,

mutta vaatii aktiivisen ja maksullisen jäsenyyden. VBA:ta ja PowerQueryä hyödyntämällä voidaan saada YouTube API -ratkaisut käyttöön, mutta voi olla haastava henkilölle, jolla ei ole kokemusta näistä työkaluista.

Google Sheets on pilvipohjainen työkalu osana Googlen tuoteperhettä. Sen pääkäyttötapa ovat reaaliaikaiset yhteistyöt ja pilvipohjaiset työnkulut. Jos henkilöllä on YouTube käyttäjä, hänellä on myös Google-tili ja näin ollen ilmainen pääsy Sheetsiin. Google omistaa YouTube, joten nämä tukevat toisiaan erinomaisesti. Se on helppo yhdistää myös Google Analyticsin kanssa. Sheetsillä on rajalliset toiminnot suurten tietomäärien käsittelyyn, sillä se toimii nettiselaimessa. Sillä on myös vähemmän kehittyneitä työkaluja verrattuna Exceliin. Googlen Apps Script mahdollistaa YouTube API käytön ja sillä on helppo käyttää API-kutsuja, joka mahdollistaa tilastojen ja analytiikan käsittelemisen.

Apple Sheets on tunnettu sen miellyttävästä käyttöliittymästä ja design-painotteisista ominaisuuksista. Helppo luoda graafisia raportteja ja sopii saumattomasti Apple-ekosysteemiin. Saatavilla vain Applen laitteille, joka on etu Applen käyttäjille, mutta muille este. Tuotteessa on vähiten edistyneitä ominaisuuksia verrattuna aikaisemmin mainittuihin alustoihin, eikä se pysty käsittelemään isoja datamääriä. Ohjelma sopii parhaiten yksityiseen käyttöön. Apple Sheetsiin ei myöskään ole saatavilla API ratkaisuja. Seuraavassa taulukossa vertaillaan näiden taulukkolaskentaohjelmien vahvuuksia ja heikkouksia.

Taulukko 3: Vertailtavien taulukkolaskentaohjelmien vahvuudet ja heikkoudet.

	Microsoft Excel	Google Sheets	Apple Numbers
Kustannukset	Maksullinen	Ilmainen	Ilmainen
Ominaisuudet	Laajat	Kohtuulliset	Rajalliset
Yhteistyö	Kohtalainen	Erinomainen	Heikko
Suorituskyky	Erittäin hyvä	Kohtuullinen	Kohtuullinen
YouTube API	Tukee makrojen avulla	Erinomainen Apps Scriptillä	Vaatii kiertotapoja

5 Tutkimusmenetelmät

Kehittämistyö toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään ymmärtämään ihmisten kokemusten, käyttäytymisen ja näkökulmien syvyyttä. Kun taas kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus keskittyy numeraalisiin analyysihin. Laadulliseen tutkimukseen liittyy vahvasti subjektiivisuus, konteksti, joustavuus ja induktiivinen analyysi. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan näkökulma ja subjektiivisuus on merkittävässä roolissa. Joustavuus on yksi laadullisen tutkimuksen vahvuuksista, sillä tutkijat voivat mukauttaa menetelmiä tutkimusprosessin aikana saaduista uusista oivalluksista. Laadullinen tutkimus voi koostua useista eri metodeista kerätä dataa ja taulukkoon kolme on koottu näistä keskeisimmät. (Gertler 2023, 4-6.)

5.1 Sisällönanalyysi

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sisällönanalyysi ei ole pelkästään yksittäinen metodi, vaan myös väljä teoreettinen kehys, jolla voidaan liittää erilaisia analyysikokonaisuuksia. Dokumenttien analysointi onnistuu systemaattisesti ja objektiivisesti sisällönanalyysi menetelmän avulla. Dokumentilla onkin hyvin väljä merkitys, sillä se voi olla niin kirja, artikkeli, puhe kuin haastattelukin. Tästä syystä sisällönanalyysi sopii loistavasti täysin strukturoimattomankin aineiston analyysiin. Tämän analyysimenetelmän avulla pyritään saada tutkittavasta ilmiöstä selkeä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. (Sarajärvi & Tuomi 2017, 73, 83.)

Keskeinen tavoite sisällönanalyysissa on tiivistää pitkiä aineistoja, jotta aineisto saadaan helpommin tulkittavaan muotoon. Aineiston keskeisten asioiden tiivistäminen sanalliseen muotoon on siis tarkoituksenmukainen analyysitapa. Sisällönanalyysi voidaankin jakaa kahteen eri alaluokkaan: *aineistolähtöinen* sisällönanalyysi ja *teorialähtöinen* sisällönanalyysi. Taulukko neljä kuvaa näiden sisällönanalyysien eroja. (Hakala 2024, 60.)

Taulukko 4: Aineistolähtöisen- ja teorialähtöisen sisällönanalyysin ero. (Hakala 2024, 60.)

<i>Aineistolähtöinen</i> sisällönanalyysi	<i>Teorialähtöinen</i> sisällönanalyysi
Aineistolähtöinen sisällönanalyysi pyrkii nostamaan aineistosta esiin keskeisimmät löydökset riippumatta, mitä ne ovat ja kuinka ne suhteutuvat aiemmin käsiteltyihin tutkimuksiin. Tässä mallissa täytyy kyetä analysoimaan aineisto sen omista	Tutkimuksen taustalla oleva teoreettinen viitekehys ohjaa analyysin tekoa alusta saakka. Tässä mallissa verrataan olemassa olevaa tietoa ja teoriaa, aineistossa etsittyihin teorioihin.

lähtökohdista ilman, että teoriatieto vaikuttaa esiin nouseviin asioihin.	
---	--

5.2 Vertailuanalyysi

Vertailuanalyysilla, eli benchmarkingilla tarkoitetaan oman toiminnan tai tuotteen vertaamista toisten toimintaan tai tuotteisiin, usein parhaaseen mahdolliseen vastaavaan käytäntöön. Tarkoitus on siis tunnistaa omia heikkouksia ja laatia sen mukaan kehittämisideoita. (Oppariapu, 2025.)

5.3 Uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys

Laadullinen tutkimus voidaan jakaa kolmeen luotettavuutta pohdiskelevaan käsitteeseen: uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys. Nämä kolme käsitettä ovat kytkeytyneenä toisiinsa. Nämä ovat abstrakteja ja vaikeaselkoisia kokonaisuuksia, joita ei ole helppo määritellä, mutta mikäli yksinkin näistä käsitteistä on puutteellinen, koko tutkimuksen merkitys hälvenee. (Juuti & Puusa 2020, 148.)

Kehittämiskohteen toteutuksessa täytyy ottaa huomioon validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan oikeellisuutta. Validiteetti ilmaisee sen, miten hyvin tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä mittaa juuri sitä ilmiön ominaisuutta, mitä on tarkoituskin mitata. Puolestaan reliabiliteetti mittaa työn luotettavuutta. Reliabiliteetti kertoo miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä. (Avoin Tiede, 2018.)

Tutkimuksen eettisyys huomioidessa, tutkija noudattaa eettisiä periaatteita koko prosessin ajan. Tällä tavalla tutkimuksessa käytetyt menetelmät ja analyysitavat täyttävät kriteerit, joilla kehittämistyö voisi toimia minkä tahansa hyvin tehdyn tutkimuksen pohjana. Tutkimus myös pyrkii saamaan hyviä asioita ihmisille, eikä millään tavalla tai vaiheessa vaaranna, sen kohteena olevien ihmisten elämää, varsinkaan kun kohteena on arka luontoista dataa. Eli tutkimus ei saa aiheuttaa minkäänlaista haittaa sen kohteena oleville tai muille tahoilla, joka on yhä haasteellisempaa nykymaailmassa, jossa tiedonvälitys on entistä avoimempaa. (Juuti & Puusa 2020, 148.)

6 Kehittämiskohteen lähtökohtaa

Tällä hetkellä pidän YouTube-kanavan datasta Microsoft Excel -tiedostoa, johon kokoan omasta mielestäni tärkeimpiä datatilastoja Shorts-videoiden menestyksestä, sekä sen

puutteesta. Tiedostoa olen päivittänyt aina kerran viikossa, jolloin lisään kuluneen viikon videoiden tilastot ylös. Myös jo lisättyjen videoiden dataa tulisi päivittää, joka on osoittanut todella työlääksi. Shorts-videoiden datassa on paljon tekijöitä, jotka muuttuvat ajansaatoissa kuten katselukerrat. Kirjoitus hetkellä kanavalla on 286 videota, joten niiden kaikkien päivittäminen Excel-tiedostoon on lähes mahdotonta. Alkuvaiheessa Excel-tiedoston päivittäminen oli helppoa vähäisen videomäärän vuoksi, mutta sisällön kasvaessa työstä on tullut entistä kuormittavampaa. Tästä syystä haluan ottaa selvää, onko mahdollista automatisoida datan päivitystä. Haluan myös selvittää, millainen data on kaikkien olennaista Shorts-videon menestykselle ja näin ollen kehittää kanavan toimintaa parhaalla mahdollisella tavalla. Seuraavaksi kerron millaista dataa tällä hetkellä hyödynnän Excel-tiedostossa.

6.1 Olemassa oleva Excel-tiedosto

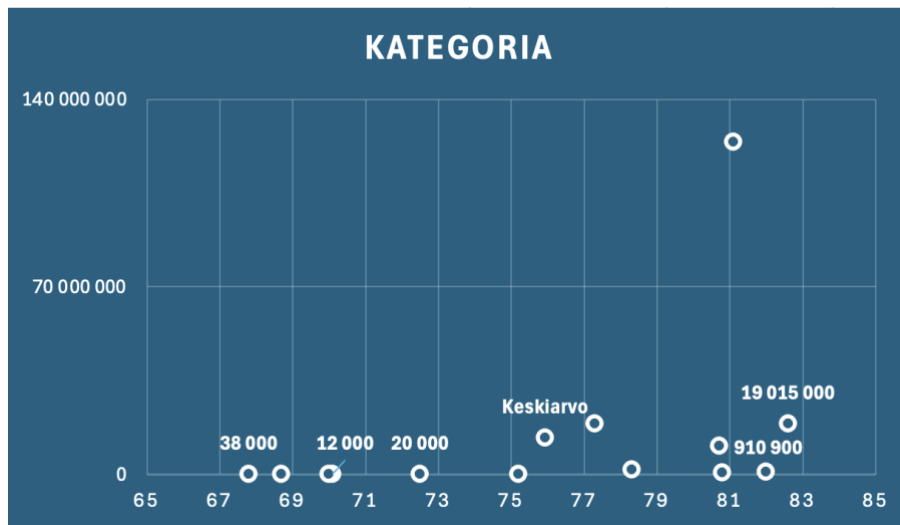
Ensimmäinen välilehti Excel-tiedostossani on nimellä ”Kategoriat”. Olen luonut kategorioita videoille, joita ne edustavat. Tämä auttaa hahmottamaan onko tietyn aiheen videot suosittuja vai ei katselijoidemme keskuudessa. Tämä on auttanut hahmottamaan aiheita, jotka menestyvät selkeästi paremmin kuin toiset. Välilehdeltä löytyy siis kategoria, kategorian keskiarvo näytöt sekä kategorian katsottu prosentti, joka kertoo, kuinka iso osa on jäänyt katsomaan videota. Välilehdellä on myös taulukko, jonka pysty diagrammissa on näyttökerrat ja vaakadiagrammissa katsottu prosentti. Tämä auttaa hahmottamaan visuaalisesti kuinka menestyviä kategoriat ovat. Taulukko viisi käsittelee kategorioita, joita hyödynnän datan analysoinnissa.

Taulukko 5: Datan hyödyntämisessä käytetyt video kategoriat.

Kategoria	Kategorian kuvaus
Ajoneuvot	Autoihin sekä muihin ajoneuvoihin liittyviä videoita.
Aseet	Aseisiin sekä suojarusteisiin liittyviä videoita.
Drone	Droneisiin liittyviä videoita.
Kolari	Videon ensimmäisessä klipissä tapahtuu kolari, yleensä videot myös ajoneuvo kategoriassa.
Lento	Erilaisia lentämiseen liittyviä videoita.

Lääketiede	Lääketieteeseen liittyviä videoita.
Selviytyminen	Selviytymiskeksintöjä luonnonkatastrofeja vastaan liittyviä videoita.
Turvallisuus	Turvallisuuteen liittyviä videoita.
Työmaa	Työmaa koneisiin liittyviä videoita.
Työkalut	Työkaluihin liittyviä videoita.
Vesi	Vedessä toimivien laitteisiin liittyviä videoita.
VR/Robotti	Virtuaalitodellisuuteen ja robotteihin liittyviä videoita.
Muu	Muihin aiheisiin liittyviä videoita, joita ei ole kategorisoitu.

Jokaisesta kategoriasta on luotu oma välilehti, jossa on dataa jokaisesta kategoriaan sijoitetusta videosta. Välilehdelle on listattu videot, otsikolla ”videon nimi”. Videon nimen perässä näkyy videon katselukerrat ja videon katsottu prosentti. Listan alle on laskettu videoiden keskiarvo katselukerroista ja katsottu prosentista, jotka ovat hyödynnetty ”Kategoriat” välilehdellä. Katselukertojen keskiarvoa en pidä kovin oleellisena tilastona, sillä megaviraalit videot vääristävät tätä lukua. Sen sijaan katsottu prosentin keskiarvo on todella tärkeä, sillä se kertoo kuinka iso osa jää katsomaan kyseisen kategorian videoita. Jokaiselta välilehdeltä löytyy myös taulukko, jossa pystydiagrammissa on videon näytöt ja vaakadiagrammissa videon katsottu prosentti. Taulukossa näkyy pisteenä jokainen video, sekä keskiarvo. Tämä auttaa visualisoimaan kuinka katsottu prosentti korreloi näyttökertojen kanssa. Kuva viisi antaa tästä esimerkin.



Kuva 5: Taulukko videoiden näyttöjen ja katsottu prosentin suhteesta.

Viimeiselle välilehdelle olen listannut kaikki videot, joita yli 70 % katsojista on jäänyt katsomaan. Välilehdelle on listattu videon nimi ja prosenttiluku, kuinka moni jäi videota katsomaan. Tämän jälkeen kerrotaan videon hookki, eli ensimmäinen lause, jota käytetty videossa, sekä toinen lause. Tämän jälkeen on tehoste kohta, jossa mainitaan, onko ensimmäisessä klipissä käytetty joitakin tehosteita. Viimeisenä kohtana on ”ensimmäinen klippi” ja ”toinen klippi”. Näissä kohdissa olen kertonut mitä kyseisissä klippeissä tapahtuu. Videot on listattu paremmuusjärjestykseen katsottuprosentin perusteella. Tämä välilehti ei käsittele numeerista dataa, mutta antaa todella tärkeää informaatiota siitä, millaiset videot ovat toimineet. Hookki, ensimmäinen klippi ja tehosteet ovat todella tärkeässä roolissa videon menestyksen kannalta, joten tätä dataa on myös tärkeä seurata.

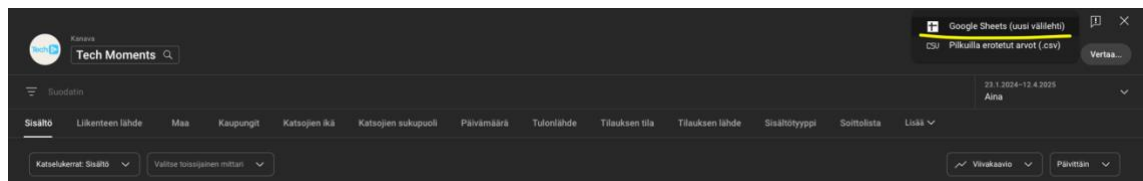
6.2 Kehittämiskohteen toteutus

Kehittämistyö aloitettiin tutkimalla verkkolähteitä ja selvittämällä millaista dataa kannattaa hyödyntää YouTube Shorts -videoiden tuottamisessa kaupalliselle kanavalle. Tehty selvitys antaa kattavan kuvan millainen data on tärkeää menestyvään YouTube-videoon. Kehittämiskohteen toisena osuutena tutkittiin millaisia mahdollisuuksia datan automaattiseen keräämiseen ja päivittämiseen on tarjolla. Tämä kartoitus tehtiin lukemalla erilaisia artikkeleita, sekä katsomalla aiheisiin liittyviä videoita. Viimeisenä vaiheena kehittämistyössä vertailtiin kolmea eri taulukkolaskentasovellusta, jonka tarkoituksena oli selvittää, mikä alusta olisi käytännöllisin käsittelemään YouTube Studiosta saatua dataa. Tämä toteutettiin vertailemalla alustojen hyviä sekä huonoja puolia. Kehittämistyön tuloksien pohjalta tehtiin uusi paranneltu ja kattavampi data-alusta valitulle sovellukselle. Tämän avulla voidaan tutkia reaaliaikaisesti, mistä syystä videot menestyvät tai eivät menesty. Tämä antaa myös kattavan pohjan uusien lyhytvideoiden tuottamiselle, jota voi myös hyödyntää organisaation muilla kanavilla.

Kun teoriaosuus oli valmis, sen pohjalta työstettiin data-alustaa, vertailuanalyysilla valittuun Google Sheetsiin. Sheets-tiedosto rakennettiin YouTube Studiosta saatavilla olevasta datasta. Omaan pohjaan ladattiin jokaisesta YouTube Shorts -videosta ne tilastot, jotka valikoituivat tärkeimmäksi teorian perusteella. Alustasta tehtiin myös kattavampi, mitä edellinen Microsoft Excel -tiedosto oli.

6.3 Kehittämistyön Lopputulos

Google Sheets valikoitu analytiikka alustaksi suoritettun vertailuanalyysin seurauksena. Koska Google Sheets ja YouTube ovat molemmat Googlen-alustoja, ne tukevat toisiaan ja YouTube Studiosta on helppo ladata data Sheetsiin. Google Sheets on myös ilmainen ja helppokäyttöinen, jonka takia tämä palvelu valittiin. Työ aloitettiin lataamalla jokaisesta videosta haluttu data Sheetsiin.



Kuva 6: Mistä ladata Google Sheets -tiedosto Studiosta (YouTube Studio 2025).

Näin saatiin ensimmäinen välilehti, joka sisälsi jokaisesta videosta videon nimen, katselukerrat, katsottu vs. pois pyyhkäisty prosentti, keskimääräinen katselunkesto prosentteina, videon kesto, sekä keskimääräinen katselunkesto sekunteina. Tämän jälkeen videot lajiteltiin omiin kategorioihin jo Excelistä tutulla tavalla. Kategorioita ovat ajoneuvot, aseet, dronet, lento, lääketiede, selviytyminen, turvallisuus, työmaa, työkalut, vesi, VR sekä robotit ja muut. Uusina kategorioina tuli urheilu, gadget ja eläimet. Uudet kategoriat valikoituivat Muut-kategoriasta, sen perusteella, jos sinne oli kertynyt paljon samanlaisia videoita, joista saisi rakennettua jo oman kategorian. Taulukko kuusi avaa millaisia videoita kategoriat pitävät sisällään.

Taulukko 6: Datan hyödyntämisessä käytetyt video kategoriat.

Kategoria	Kategorian kuvaus
Ajoneuvot	Autoihin sekä muihin ajoneuvoihin liittyviä videoita.
Aseet	Aseisiin sekä suojaruusteisiin liittyviä videoita.

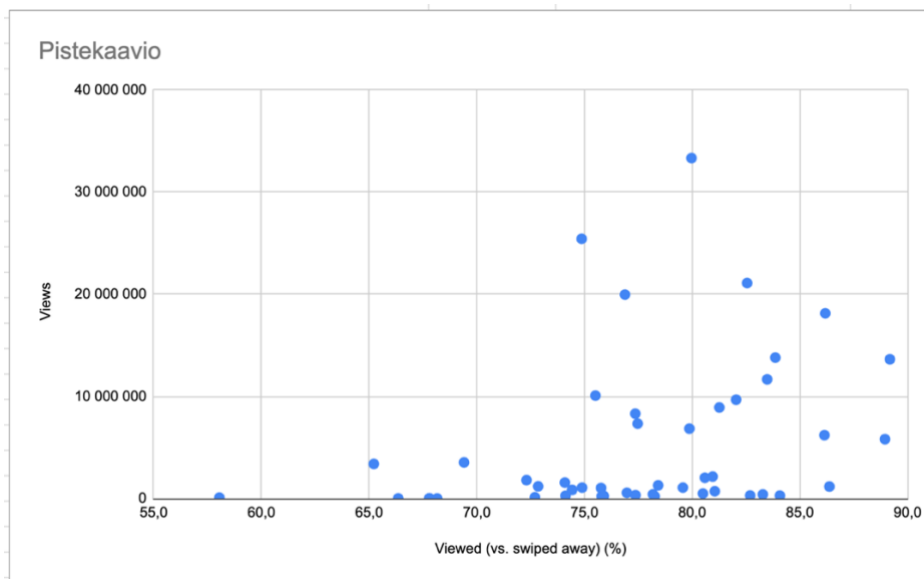
Drone	Droneisiin liittyviä videoita.
Eläimet	Eläimiin liittyviä teknologia tuotteita.
Gadget	Erilaisiin laitteisiin ja vehkeisiin liittyviä videoita.
Kolari	Videon ensimmäisessä klipissä tapahtuu kolari, yleensä videot myös ajoneuvo kategoriassa.
Lento	Erlaisia lentämiseen liittyviä videoita.
Lääketiede	Lääketieteeseen liittyviä videoita.
Selviytyminen	Selviytymiskeksintöjä luonnonkatastrofeja vastaan liittyviä videoita.
Turvallisuus	Turvallisuuteen liittyviä videoita.
Työmaa	Työmaa koneisiin liittyviä videoita.
Työkalut	Työkaluihin liittyviä videoita.
Urheilu	Urheiluun liittyviä teknologia tuotteita.
Vesi	Vedessä toimivien laitteisiin liittyviä videoita.
VR/Robotti	Virtuaalitodellisuuden ja robotteihin liittyviä videoita.
Muu	Muihin aiheisiin liittyviä videoita, joita ei ole kategorisoitu.

Tämän jälkeen jokaiselle kategorialle luotiin oma välilehti ja kategoriaan kuuluvat videot lisättiin näille sivuille. Videoista muodostui taulukko, joka lajiteltiin videoiden katsottu vs pois pyyhkäisty prosenttien mukaan suurimmasta pienimpään. Välilehtiin lisättiin myös keskiarvo näytöistä, katsottu vs. pois pyyhkäisty prosentista, sekä keskimääräisen katselukeston prosenteista. Alla oleva kuva näyttää esimerkin, miltä taulukko videoiden datasta näyttää.

Video title	# Views	# Viewed (vs. swiped away) (%)	# Average percentage viewed (%)	# Duration	Average view duration
[REDACTED]	9 332 526	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	82,1	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
This Bench Can Save Your Life	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	103,9	17 0:00:17
Amazing Solution For Bikers Problem	987 127	73,7	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	71,6	[REDACTED]	122,1	13 0:00:15
[REDACTED]	16 897 940	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	307 696	66,9	[REDACTED]	154,4	17 0:00:26
Keskiarvo	3 762 389	76,2	[REDACTED]	116,7	[REDACTED]

Kuva 7: Taulukko videoiden datasta.

Tämän jälkeen jokaiselle välilehdelle luotiin pistekaavio, joka antaa mielenkiintoista dataa siitä, kuinka näytöt ja katsottu vs pois pyyhkäisty prosentti korreloivat toisiaan. Mitä lähempänä oikeaa yläkulmaa piste on, voidaan tulkita, että video on ollut onnistunut. Kun taas lähempänä vasenta alakulmaa olevat pisteet, ovat enemmän tai vähemmän epäonnistuneita videoita. Vaaka-akseli näyttää katsottu vs pois pyyhkäisty prosentin ja pystyakseli näytöt. Tarkemmat tiedot videosta näkee, kun vie hiiren halutun pisteen päälle. Kuva 8 näyttää esimerkin miltä pistekaaviot näyttävät videoiden datasta.



Kuva 8: Pistekaavio videoiden datasta.

Kun nämä välilehdet olivat valmiita, tehtiin 'kategoria' välilehti. Kategoria-välilehdelle tuotiin jokaisen kategorian näyttöjen, katsottu vs pois pyyhkäisty prosenttien ja keskimääräisen katselunkeston prosenttien keskiarvo. Kun nämä keskiarvot oli valmiiksi laskettu, ne oli helppo tuoda tälle välilehdelle ja arvot päivittyvät automaattisesti sitä mukaan kuin Google Sheetsiin tehdään muutoksia. Tälle välilehdelle tehtiin myös samanlainen pistekaavio kuin edellisille välilehdille. Kategoria-välilehti auttaa hahmottamaan minkälaiset

aiheet toimivat kanavalla parhaiten ja mitä aiheita kannattaa välttää. Kuva 9 kertoo miltä videoiden kategorioista muodostettu taulukko näyttää.

Kategoria	# Views	# Viewed (vs. swiped away) (%)	Average percentage viewed (%)
		82,6	
	23 547 499		
			125,0
VR/Robotit			112,0
	6 968 780		
Muut		77,3	
	5 264 786	77,4	121,4
	1 423 365		109
		77,8	
		77,8	125,5
Sport	3 762 389		
	2 304 539		117,1
	5 510 863		
Gadget			
			115,6
		73,8	

Kuva 9: Taulukko kategorioiden menestyksestä.

Lopuksi Google Sheetsiin luotiin välilehti, joka käsittelee kaikki videot, joihin on jäänyt yli 74 % katsojista katsomaan. Välilehdellä avataan videon visuaalisia ja verbalisia hookkeja. Välilehdelle listattiin ensin videon nimi ja tämän jälkeen prosenttiluku, siitä kuinka moni jäi videota katsomaan. Tämän jälkeen listattiin videon ensimmäinen lause eli hookki, ja avattiin videon ensimmäinen klippi eli visuaalinen hookki, sekä klipissä käytetyt tehosteet. Tämän jälkeen avattiin myös videon toinen lause ja toinen klippi. Nämä tiedot helpottavat tulevien videoiden käsikirjoittamista, kun voi hyödyntää jo ennestään toimivia kaavoja.

Näin saatiin valmiiksi kaupallisen YouTube-kanavan käyttöön hyödynnettävä data-alusta. Koska automaatio ei ollut mahdollista, täytyy Google Sheetsiin tuoda itse manuaalisesti viikoittain uutta dataa. Dataan tulee ladata viimeisen viikon videot, sekä sijoittaa ne oikeisiin kategorioihin. Myös edellisen viikon parhaiten menestyneet vanhemmat videot on hyvä päivittää, lataamalla uusimmat luvut videoista. Vaikka data-alustaa ei voitu automatisoida, on sen päivittäminen helpompaa lataamalla data Studiosta suoraan Sheetsiin. Microsoft Excelissä tämä täytyi tehdä manuaalisesti.

7 Tulokset ja löydökset

Tässä osiossa tarkastellaan kehittämistyön tuloksia ja löydöksiä. Tarkastellaan kvalitatiivisten tutkimusten, katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysin, sekä automaatiotutkimuksen

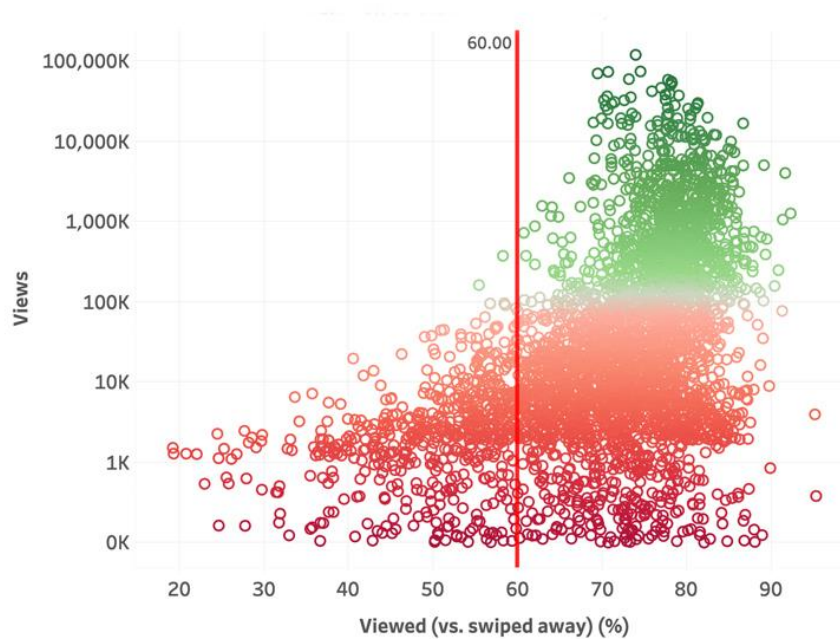
havaintoja. Millaista dataa kannattaa seurata YouTube-toiminnan kehittämisessä, sekä millainen on mahdollinen automaatioprosessi.

Alusta vertailuanalyysillä selvitetään kuinka Excel vertautuu kilpailijoihinsa, sekä mikä on paras alusta YouTube-datan analysointiin. Tässä osiossa käydään myös läpi, kuinka nämä havainnot vaikuttivat uuden data-alustan kehittämiseen, jotta se olisi mahdollisimman tehokas kaupallisen YouTube-kanavan toiminnassa.

7.1 Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysin löydökset

Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysin perusteella voidaan todeta, että Shorts-videon menestykselle tärkeimmät mittarit ovat viewed vs swiped away ja retention prosentti. Eli kuinka suuri osa videon nähneistä jäi videota katsomaan, sekä kuinka kauan he viihtyivät videon parissa. Jos video on sitouttanut katsojia alussa heikosti eikä he ole myöskään jaksaneet katsoa videota loppuun asti, niin isolla todennäköisyydellä video ei silloin menesty. Jos video onnistuu houkuttelemaan katsojia alussa, mutta katsojat eivät viihdy sisällön parissa koko videon ajan, se voi saavuttaa kohtuullisen näkyvyyden, mutta todennäköisyys viraaliksi videoksi jää vähäiseksi. Kun videoon on jäänyt huonosti katsomaan, mutta nämä katsojat katsovat videota kauan, voi video menestyä suuremmalla todennäköisyydellä. Syynä tälle on se, että kun katsojat pysyvät kauan videon parissa, se boostaa videota Shorts syötteen algoritmissa. Menestyvän lyhytvideon salaisuus on siis hyvä katsojien jäämisprosentti yhdistettynä katsojien pysyvyyteen.

Lacombed sivulta löytyvä tutkimus (Kuva 10:) antoi tästä loistavaa dataa. Pistekaavio osoittaa kuinka viewed vs swiped away prosentti käyttäytyy näyttökertojen kanssa. Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysia tukee myös kehittämistyössä tehty data-alusta, josta löytyvä data tukee tätä teoriaa. Nämä kaksi eivät ole kuitenkaan ainoat mittarit menestykselle, vaikka niitä voidaan pitää tärkeimpinä. Videon menestykselle on myös tärkeää tykkäykset, kommentit jaot ja saadut tilaukset videon kautta. Nämä ovat selkeitä merkkejä siitä, että videosta tykätään ja sitä kannattaa suositella algoritmissa muillekin katsojille.



Kuva 10: 3 miljardia videota analysoitu pistekaavion avulla (Lacombled 2023.)

7.2 Automaatiotutkimuksen löydökset

Automaatiotutkimus paljasti automatisoinnin haasteuden. Automatisointiin löytyi kaksi vaihtoehtoa, YouTube Analytics API ja YouTube Reporting API. YouTube Reporting API:lla on mahdollista kerätä massaraportteja, jotka ovat arvokkaita sisältötuottajalle. Reporting API:n käyttäminen vaatii kuitenkin Google Cloud -projektin ja autentikoinnin. Sitä myöten käyttäjällä täytyy olla ymmärrystä API-komennoista ja JSON-datan käsittelystä, sekä perusosaamista Python-ohjelmointikieleen. Tästä syystä YouTube Reporting API ei ollut mahdollinen nykyisillä resursseilla ja aikataululla.

YouTube Analytics API:a voidaan käyttää puolestaan erilaisten mittareiden hakemiseen. Käyttäjällä on mahdollisuus suodattaa tarvittavat mittarit ennen kuin tiedot on haettu. YouTube Analytics API:n käyttöönotto oli helppoa, sillä se vaati vain lisäosan asentamisen Google Sheetsiin. Coefficient-lisäosalle annettiin pääsy YouTube Studioon, jota kautta dataan saatiin tuotua suoraan Google Sheetsiin. Kun tutkittiin mitä dataa voi tuoda löytyi heti merkittävä ongelmakohta. Analytics API:lla ei ollut mahdollista tuoda videoiden viewed vs Swiped away prosenttia, mikä on yksi tärkeimmistä mittareista. Tästä huolimatta Analytics API oli testissä muutaman viikon, sillä kyseinen data olisi myös mahdollista tuoda manuaalisesti. Tällä API:lla oli myös mahdollista ajoittaa milloin data päivittyi tiedostoon, esimerkiksi joka maanantai aamu kello yhdeksän. Nopeasti kuitenkin selvisi, että Analytics API:lla tuotu data erosi merkittävästi YouTube Studiossa näkyvään dataan. Videoiden

näyttökerroissa saattoi olla jopa satojen tuhansien heittoja. Tästä syystä YouTube Analytics API ei ollut tarpeeksi tehokas ja luotettava työkalu automatisointi prosessiin.

7.3 Taulukkolaskentaohjelmien vertailun löydökset

Taulukkolaskentaohjelmia vertailemalla haluttiin löytää mahdollisimman tehokas, mutta helppokäyttöinen alusta. Tällä alustalla tulisi olla mahdollista tutkia ja seurata YouTube Studiosta löytyvää dataa. Käytössä ollutta Microsoft Exceliä lähdettiin vertaamaan Google Sheetsiin ja Apple Numbersiin, jotka ovat Googlen ja Applen vastaavat kilpailijat Microsoftille. Microsoft Excelissä oli jo valmiiksi iso heikkous, joka on maksullinen tilaus. Toistaiseksi käytössä ollut koulun kautta saatu Microsoftin ilmaistilaus päättyisi valmistuessa ja tästä syystä se haluttiin vaihtaa ilmaiseen sovellukseen. Excelin käyttö vaatisi myös aktiivisen tilauksen muiltakin yrityksemme työntekijöiltä. Vertailemalla löydettiin myös paljon positiivista Excelistä. Exceliä pidetään taulukkolaskennan kuninkaana, sillä se sisältää yli 400 toimintoa, joka on selvästi enemmän kilpailijoihin verrattuna. Excel on myös helppokäyttöinen, sillä se oli entuudestaan eniten käytössä ollut alusta.

Apple Numbers on helppokäyttöinen, sekä visuaalinen sovellus, mutta sen toiminnot olivat rajattuja. Tällä alustalla pystyi luomaan visuaalisesti näyttäviä graafisia esityksiä, mutta tämä ei ole kovin tarpeellista. Koska Numbers on Applen oma sovellus, samoja taulukoita pystyi tarkastelemaan helposti myös omalla Applen puhelimella. Apple Numbersiin ei kuitenkaan ollut mahdollista hyödyntää YouTube API: a.

Vertailemalla voittajaksi valikoitui Google Sheets. Isoimpana syynä tähän oli, että se on Googlen tarjoama alusta, joten se oli helppo integroida YouTube-käyttäjän kanssa. Google sheetsissä oli myös ainoa, jossa YouTube Analytics API:n käyttöönotto oli helppoa, vaikka vertailuanalyysia suorittaessa, Analytics API:n haasteet ei ollut tiedossa. Vaikka Google Sheets ei ole kovin tehokas verrattuna Exceliin, sen toiminnot ovat riittävät kaupallisen YouTube kanavan datan analysointiin. Myös muut yrityksemme työntekijät pääsevät tarkastelemaan, sekä muokkaamaan näitä taulukoita ilman erikseen jaettavia linkkejä, joka oli iso etu kilpailijoihin verrattuna. Google Sheetsiin on myös helppo tuoda data suoraan YouTube Studioista. Näin ollen vertailuanalyysin löydöksillä lopullinen projekti tehtiin Google Sheets -alustaan.

8 Yhteenveto

Menestyäkseen YouTubessa on ymmärrettävä dataa, sekä osattava hyödyntää sitä kehittääkseen kanavaa. YouTube on nykyään erittäin kilpailtu alusta, ja pitkäaikainen menestyminen edellyttää selkeää strategiaa ja ymmärrystä siitä, mitkä tekijät vaikuttavat sisällön toimivuuteen. Ymmärtämällä mikä toimii, sekä mikä ei toimi, saa valtavan kilpailut

edun muihin kanaviin. Datan hyödyntäminen on myös lähes välttämättömyys menestyäkseen YouTubessa.

Kehittämistyössä tehtiin kaksi kvalitatiivista tutkimusta, katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysi, sekä automaatiotutkimus. Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysi toi vastauksia siihen millaista dataa voidaan käyttää kaupallisen YouTube kanavan kehittämisessä, sekä mitkä tekijät vaikuttavat katselukertojen kasvuun. Tärkeimmäksi paljastui Viewed vs Swiped away % ja Retention %. Eli kuinka moni videon syötteeseen saaneista jäi videota katsomaan, sekä kuinka kauan he viihtyvät videon parissa. Myös katsojien tykkäykset, kommentit, sekä tilaukset ovat tärkeitä videolle. Automaatiotutkimus paljasti automatisoinnin vaikeuden omaan tietokantaan, eikä sitä ollut mahdollista toteuttaa nykyisillä resursseilla, mutta se on ehdottomasti pidettävä tulevaisuuden vaihtoehtona. Kehittämistyössä vertailtiin taulukkolaskentasovelluksia, jolla saatiin vastaus siihen, mikä on paras työkalu hallinnoimaan YouTube Studioista saatavaa dataa.

Näiden tutkimusten pohjalta rakennettiin uusi kattavampi data-alusta, jota hyödyntää YouTube-kanavan kehittämisessä. Kehittämistyö toteutettiin vertailuanalyysin perusteella valittuun Google Sheetsiin. Katselutilastojen analytiikka ja mittarit analyysin avulla, data-alustasta saatiin rakennettua entistä kattavampi ja tehokkaampi. Vaikka Automaatiotutkimus paljasti, ettei automatisointi ole mahdollista nykyisillä resursseilla, saatiin ratkaistua ongelma, joka koski datan syöttämistä käsin tiedostoon. Ja kun tarkastellaan kehittämistyön alussa esitettyjä tutkimuskysymyksiä, löytyi näihin selkeät vastaukset. Suurimmat tekijät katselukertojen kasvuun on viewed vs swiped away prosentti ja retention prosentti, mutta myös yleisön jättämät tykkäykset ja kommentit ovat tärkeitä. Datan automatisointi omaan tietokantaan on mahdollista, mutta ei nykyisillä resursseilla. Microsoft Excel on selkeästi tehokkain taulukkolaskentaohjelma käsittelemään dataa, mutta sen heikkous on maksullinen tilaus ja Office-tuotepaketti, jonka jokainen organisaation työntekijä tarvitsisi. Tehokkaalla ja kattavalla taulukkolaskentaohjelmalla voidaan analysoida YouTube Shorts -videoiden dataa ja viedä kanavan toimintaa eteenpäin.

Tämän data-alustan avulla voidaan viedä niin Tech Moments -kanavaa, kuin muitakin Moments-brändin kanavia eteenpäin. Tämä kehitystyö on ollut aktiivisessa käytössä Tech Moments -kanavan sisällöntuotossa jo tämän opinnäytetyön kirjoitus vaiheessa. Lisäksi tällainen projekti voisi hyödyntää muitakin YouTuben-sisällöntuottajia. Järjestelemällä videoiden datan, sisällöntuottaja saa selkeämmän käsityksen millaisia videoita kannattaa tehdä. Tämä auttaa myös selventämään toimivia visuaalisia- ja verbaalisia hokkeja. Ilman järjestelmällisyyttä voi olla vaikea saada selkeää käsitystä oman kanavan toimivuudesta.

Lähteet

Anderson, D. 2021. YouTube Shorts Excellence Training Guide. E-kirja. eBookIt.com.

Avoin Tiede. 2018. Todennettavuus ja Toistettavuus. Viitattu 13.4.2025.

<https://avointiede.fi/fi/ajankohtaista/todennettavuus-ja-toistettavuus>

Breitman, K. 2024. How To Make YouTube Shorts Algorithm Works for You. Riverside. Viitattu

6.10.2024. https://riverside-fm.translate.goog/blog/youtube-shorts-algorithm?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=fi&_x_tr_hl=fi&_x_tr_pto=sc

Buffer. 2024. YouTube Studio. Viitattu 6.10.2024. <https://buffer.com/social-media-terms/youtube-studio>

Cannel, S. & Travis, B. 2022. Summary of Sean Cannel & Benji Travis' YouTube Secrets. E-kirja. IRB Media.

CFI. 2024. Google Sheets. Viitattu 17.11.2024.

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/excel/google-sheets/>

Databrick. 2024. Data Automation. Viitattu 23.11.2024.

<https://www.databricks.com/glossary/data-automation>

Data.fi. 2024. Mitä On Data? Tätä Data Tarkoittaa Käytännössä. Viitattu 13.10.2024.

<https://data.fi/mita-data-on/>

Edet, J. 2024. Boost Your YouTube Visibility. E-kirja. Heritage Books.

Empreender. 2022. YouTube Shorts: Everything You Need to Know To Use YouTube Shorts. E-kirja. Bibliomundi.

Garcia, O. 2024. What Is Apple Numbers: Apple's Spreadsheet Software. SimplyMac. Viitattu

17.11.2024. <https://www.simplymac.com/apps/what-is-apple-numbers>

Gertler, M. 2023. How To Research Qualitatively: Tips for Scientific Working. E-kirja. Munich: BookRix.

Gomez, R. 2024. Mastering YouTube Automation: The Ultimate Guide to Creating A Successful Faceless Channel. E-kirja. JNR Publishing.

Hakala, J. 2024. Laadullisen Tutkimuksen ABC: Menetelmäopas Opinnäytetyön Tekijälle. E-kirja. Gaudemaus.

Hosch, W. 2024. YouTube. Britannica. Viitattu 6.10.2024.

<https://www.britannica.com/topic/YouTube>

Intuit Mailchimp. 2024. Monetizing YouTube Shorts: A Guide for Businesses To Generate

Revenue. Viitattu 6.10.2024. https://mailchimp.com/resources/how-to-make-money-with-youtube-shorts/?ds_c=DEPT_AOC_Google_Search_ROW_EN_NB_Acquire_Broad_DSA-Rsrc_T1&ds_kids=p80322579130&ds_a_lid=dsa-2227026702184&ds_cid=71700000119083203&ds_agid=58700008730253442&gad_source=1&gbr

[aid=0AAAAADh1Fp3vNWcOLloimj9j2NI9qgusf&gclid=Cj0KCQjw6oi4BhD1ARIsAL6pox3sJKWa5cppiT6YXbpscTbFBI66Rn_ol4VxiBJSgSwCyVVM4pTdNEaAqVGEALw_wcB&gclsrc=aw.ds](https://www.google.com/search?q=aid=0AAAAADh1Fp3vNWcOLloimj9j2NI9qgusf&gclid=Cj0KCQjw6oi4BhD1ARIsAL6pox3sJKWa5cppiT6YXbpscTbFBI66Rn_ol4VxiBJSgSwCyVVM4pTdNEaAqVGEALw_wcB&gclsrc=aw.ds)

Juuti, P. & Puusa, A. 2020. Laadullisen Tutkimuksen Näkökulmat Ja Menetelmät. E-kirja. Gaudemaus.

Kemp, S. 2020. Digital 2020: Global Digital Overview. Datareportal. Viitattu 6.10.2024. https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview?utm_source=chatgpt.com

Lacombed, A. 2023. Cracking the YouTube Shorts Algorithm: A Study of 3.3 Billion Views. Medium. Viitattu 9.4.2025. <https://medium.com/%40antoinelacombed/cracking-the-youtube-shorts-algorithm-a-study-of-3-3-billion-views-4711fdf7931b>

Lang, K. 2024. How To Use YouTube Studio To Edit Videos And Grow Your Channel. Buffer. Viitattu 6.10.2024. <https://buffer.com/library/how-to-use-youtube-studio/>

Langmann, K. 2024. Numbers vs Excel: When To Use Excel & When Numbers Is Better. Spreadsheets. Viitattu 17.11.2024. <https://spreadsheets.com/numbers-vs-excel/>

Microsoft 2024. Microsoft 365. Viitattu 17.11.2024. <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-365/buy/compare-all-microsoft-365-products>

Mertanen. 2024. Datan analysointi. Viitattu 13.10.2024. <https://www.mertanen.info/analytiikkapalvelut/datan-analysointi/>

Mladenov, V. 2024. Kaikki YouTubesta - perimmäinen opas. Ranktracker. Viitattu 6.10.2024. <https://www.ranktracker.com/fi/blog/all-about-youtube-the-ultimate-guide-seo-facts-stats/>

Numminen, L. 2023. Tekoäly ja työn automatisointi. FinnishUp. Viitattu 23.11.2024. <https://www.finnishup.com/automaatiotyokalut-ja-tekoaly/>

Oladipo, T. 2023. The Creator's Guide To YouTube Shorts Analytics. Buffer. Viitattu 9.4.2025. <https://buffer.com/resources/the-creators-guide-to-youtube-shorts-analytics/>

Oppariapu. 2025. Apua Opinnäytetyön Kirjoittamiseen. Viitattu 13.4.2025. <https://oppariapu.wordpress.com/benchmarking-vertaisarviointi/>

Passeli. 2024. API - Mikä On API? Visma. Viitattu 24.11.2024. <https://www.passeli.fi/kirjanpidon-sanakirja/a/api/>

Pönkä, H. 2015. Sosiaalisen Median Käsikirja. E-kirja. Jyväskylä: Docendo.

RankMyApp. 2024. Should You Use YouTube AdSense? Viitattu 6.10.2024. <https://rankmyapp.com/should-you-use-youtube-adsense/>

Raymond, D. 2023. Google Sheets: Top 10 Cons And Disadvantages. ProjectManagers.com. Viitattu 17.11.2024. <https://projectmanagers.net/google-sheets-top-10-cons-and-disadvantages/>

Samaddar, U. 2025. How Does the YouTube Shorts Algorithm Work In 2025? VidIQ. Viitattu 9.4.2025. <https://vidiq.com/blog/post/youtube-shorts-algorithm/>

SAP. 2024. Mikä On Ohjelmointirajapinta (API)? Viitattu 24.11.2024. <https://www.sap.com/finland/products/technology-platform/integration-suite/what-is-api.html>

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2017. Laadullinen Tutkimus Ja Sisällönanalyysi: Uudistettu Laitos. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Sonnenberg, A. 2023. How To Analyze Your YouTube Shorts. SocialMedia Examiner. Viitattu 13.4.2025. <https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-analyze-your-youtube-shorts/>

Thelin, S. 2024. Advantages of Google Sheets: Why It's Time For Finance Pros to Switch From Excel. Toptal. Viitattu 17.11.2024. <https://www.toptal.com/finance/excel-experts/google-sheets-advantages>

Thompson, P. 2024. Beginners' Guide To Creating Viral YouTube Contents. E-kirja. Heritage Books.

Tieturi, 2024. Microsoft Excel. Viitattu 17.11.2024. <https://www.tieturi.fi/koulutusala/microsoft-365-office/microsoft-excel/>

TubeRanker. 2022. YouTube Analytics API: What Can You Do With It? Viitattu 24.11.2024. <https://tuberanker.com/blog/youtube-analytics-api>

Väre, T. 2019. Master Data. E-kirja. Helsinki: Alma Talent.

YouTube, 2025. Get the Most Out Of Your Data. Viitattu 24.11.2024. <https://developers.google.com/youtube/analytics>

Julkaisemattomat lähteet

YouTube Studio. 2024. Viitattu 6.10.2024.

Kuvat

Kuva 1: YouTube -sovelluksen alapalkki, josta pääsee Shorts syötteeseen painamalla ”Shorts” näppäintä.	11
Kuva 2: Datan analysoinnin vaiheet (Mertanen 2024).	15
Kuva 3: Esimerkki Shorts videon retention kaaviosta (Sonnenberg 2023.)	17
Kuva 4: Dataa ikä ja sukupuoli jakaumasta Studiassa (Sonnenberg 2023.)	18
Kuva 5: Taulukko videoiden näyttöjen ja katsottu prosentien suhteesta.	29
Kuva 6: Mistä ladata Google Sheets -tiedosto Studiosta (YouTube Studio 2025).	30
Kuva 7: Taulukko videoiden datasta.	32
Kuva 8: Pistekaavio videoiden datasta.	32
Kuva 9: Taulukko kategorioiden menestyksestä.	33
Kuva 10: 3 miljardia videota analysoitu pistekaavion avulla (Lacombled 2023.)	35

Taulukot

Taulukko 1: YouTube Studion Kanavan tilaston -välilehden toiminnot (YouTube Studio 2024).	13
Taulukko 2: YouTube Studion Shorts videon analytiikka -välilehden toiminnot (YouTube Studio 2024).	14
Taulukko 3: Vertailtavien taulukkolaskentaohjelmien vahvuudet ja heikkoudet.	24
Taulukko 4: Aineistolähtöisen- ja teorialähtöisen sisällönanalyysin ero. (Hakala 2024, 60.) ..	25
Taulukko 5: Datan hyödyntämisessä käytetyt video kategoriat.	27
Taulukko 6: Datan hyödyntämisessä käytetyt video kategoriat.	30