



Nicke Kuusrainen

# YouTube-automaatio liiketoimintana

Opas tuloksekkaaseen tubettamiseen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

6.4.2024

## Tiivistelmä

Tekijä(t):	Nicke Kuusrainen
Otsikko:	YouTube-automaatio liiketoimintana: Opas tuloksekkaaseen tubettamiseen
Sivumäärä:	29 sivua + 1 liite
Aika:	6.4.2024
Tutkinto:	Tradenomi
Tutkinto-ohjelma:	Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Liiketoiminta
Ohjaaja(t):	Lehtori Pirjo Elo

---

Tämä opinnäytetyö käsittelee YouTube-automaatiota, sillä omaan kokemusta tubettajayrittäjänä. Opinnäytetyön tarkoituksena on jakaa hyödyllisiä vinkkejä niille, jotka ovat kiinnostuneita sisällöntuotannosta YouTubeissa. Opinnäytetyön tuloksena syntyvä opas auttaa tulevia tubettajia säästämään aikaa, välttämään monia epäonnistumisia ja ymmärtämään YouTube-kanavan suosion kasvattamisen tekijät.

"Tubettaminen" eli YouTube-sisällöntuotanto on erityisesti viimeisen vuosikymmenen aikana kasvanut eräänlaiseksi ilmiöksi. YouTubea on tullut yksi maailman suosituimmista sosiaalisen median alustoista. Tubettaminen kokee suuria muutoksia kehittyvien tekoälysovelluksien myötä. Tubettaminen on siis ajankohtainen aihe.

YouTubeissa on paljon sisällöntuottajia, joista osa toimii hyvin menestyksekkäästi. Jotkut YouTube-sisällöntuottajat tekevät YouTube-videoita päätoimisena työnään. Moni suosittu tubettaja toimii yrittäjänä YouTubeen parissa.

Avainsanat: tubettaminen, YouTube-automaatio, YouTube-yrittäjyys

---

Tämän opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

## Abstract

Author(s): Nicke Kuusrainen  
Title: YouTube Automation as a Business: A Guide to Successful Youtubing  
Number of Pages: 29 pages + 1 appendice  
Date: 6 April 2024  
Degree: Bachelor of Business Administration  
Degree Programme: Economics and Business Administration  
Specialisation option: Business  
Instructor(s): Pirjo Elo, Senior Lecturer

---

This thesis deals with YouTube Automation due to my personal experience as a professional YouTube content creator. The aim of this thesis is to share valuable tips for those interested in content creation on YouTube. The guide produced as a result of this thesis will help aspiring Youtubers save time, avoid many pitfalls, and understand the key factors for growing YouTube channel popularity.

“Youtubing” also known as content creation on YouTube, has become a phenomenon, particularly over the past decade. YouTube has emerged as one of the world's most popular social media platforms. Youtubing is undergoing significant changes with the development of artificial intelligence applications. Therefore, Youtubing is a timely topic.

YouTube boasts numerous content creators, with some achieving considerable success. Some YouTube content creators make videos as their primary occupation. Many popular youtubers operate as entrepreneurs within the YouTube platform.

Keywords: Youtubing, YouTube automation, YouTube entrepreneurship

---

The originality of this thesis has been checked using Turnitin Originality Check service.

# Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aihe	1
1.2	Toimeksianto	2
1.3	Viitekehyksestä	3
2	Tubettaminen	4
2.1	YouTube-alusta	4
2.2	Tubettaja	5
2.3	Tubettajaksi – miksi?	6
3	YouTube-automaatio vaiheittain	7
3.1	Aihepiiri	7
3.2	Sisällöntuotanto tiimin avulla	7
3.3	Videon prosessi vaiheittain	9
3.3.1	Videoideat	9
3.3.2	Käsikirjoitus	10
3.3.3	Puhe	11
3.3.4	Editointi	11
3.3.5	Pikkukuva	12
3.4	Videon lataus ja optimointi	12
3.5	YouTuben suosittelujärjestelmä	13
4	YouTube-brändi	13
4.1	Brändin rakentaminen	13
4.2	Fanien kanssa kommunikointi	14
4.3	Brändin kehittäminen	15
5	YouTuben analytiikkatyökalut	15
5.1	Kanavan suoriutumisen analytiikka	15
5.2	Yleisön käyttäytymisen analytiikka	16
5.3	Videon suoriutumisen analytiikka	17
6	Yrittäjyys ja YouTube	18
6.1	YouTube-yrittäjyys	18

6.2	YouTuben potentiaali yrityksille	19
6.3	Yrittäjyyden edut	20
7	Toteutus	20
8	Tuotos	21
9	Päätäntö	22
9.1	Oma tubettaminen	22
9.2	Tubettaminen tulevaisuuden ammattina	25
	Lähteet	27
	Liitteet	
	Liite 1. Liite 1. A Guide to Successful YouTube Automation (Opas)	

# 1 Johdanto

## 1.1 Aihe

Olen valinnut opinnäytetyöksi YouTube-yrittäjyyteen liittyvän aiheen, koska olen kesäkuusta 2023 asti toteuttanut YouTube-sisällöntuotannon uraani toiminnimiyrittäjänä. YouTube-yrittäjyys on ollut edullista ja olen voinut toteuttaa sitä opiskelun ja työssäkäynnin ohella. Tarkastelen tässä opinnäytetyössä sisällöntuotantoa YouTube-alustalla eli tubettamista. Opinnäytetyössä avaan lukijalle tubettamista uudenaikaisena yrittämisen muotona. Opinnäytetyö selvittää, miten tubettaminen voi olla liiketoiminnan muoto ja miten taloudellista menestystä rakennetaan YouTube-alustalla. Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena syntyy digitaalinen opas, joka julkaistaan toiminnimiyrittäjäni verkkosivuilla.

Olen aiemmin tutkinut ja opiskellut tubettamista vapaa-ajallani paljon. Olen etsinyt keinoja tubettaa ilman, että puhun kameralle itse, sillä minua on inspiroinut useat YouTube-kanavat, joilla tubettaja itse ei esiinny lainkaan. Olen kokenut tarpeelliseksi jakaa opettavaista sisältöä ilman, että itse esiinnyn videoilla. Tutkiessani tubettamista löysin YouTube-kanavia, joilla tubettaja ei esiinny lainkaan – näitä kanavia ylläpitää usein kokonainen sisällöntuotannon tiimi. Etsiessäni, miten YouTube-kanavaa ylläpidetään tiimin avulla, päädyin lopulta YouTube-automaatiota käsittelevälle kurssille, joka oli hyvin kallis. YouTube-automaatio verkkokurssin sisällöistä ei löydy maksuttomasti tietoa tarpeeksi hyvin, joten koin tarpeelliseksi laatia ilmaisen oppaan, niille, jotka ovat kiinnostuneita tubettamisesta, erityisesti YouTube-automaatiosta, mikä on kasvotonta, tiimin avulla tapahtuvaa YouTube-sisällöntuotantoa.

Suomessa on useita tubettajia, jotka ovat menestyneet alustalla: useat miljoonilla näyttökerroilla, jotkut sadoilla miljoonilla näyttökerroilla ja harvat jopa miljardeilla näyttökerroilla. Näyttökerrat tuovat mainostuloja. Lisäksi yhteistyökumppanit maksavat tubettajille. Menestyksekkäitä ja yleisesti tunnettuja tubettajia

Suomessa vuonna 2023 olivat esimerkiksi: Hydraulic Press Channel, Aurikata-riina, Lakko, Roni Back ja Herbalisti. Opinnäytetyössä keskitytään selvittämään laadukkaan sisällöntuotannon edellytyksiä, joiden avulla voi teoriassa menestyä, kuten tunnetut suomalaiset tubettajat. Sisällöntuottaminen on keskeinen osa tubettajan työtä ja sisällön on oltava kiinnostavaa ja laadukasta.

Opinnäytetyössä selvitetään, kuinka tubettamisen prosessin voi automatisoida niin, että tubettaja käyttää aikansa mahdollisimman tehokkaasti laadukkaan sisällön tuottamiseksi. Opinnäytetyössä esitetään käytännön menetelmiä, joilla pienentää manuaalista työtaakkaa ja parantaa tehokkuutta. Opinnäytetyössä tuodaan esille se, että vaikka tubettaminen tarjoaa liiketoimintamahdollisuuksia, menestyminen ei ole itsestäänselvyys. Yrittäjyyteen liittyy riskejä, ja menestyminen vaatii uskoa itseensä, päättäväisyyttä, sitoutumista, taitoa ja kovaa työtä.

## 1.2 Toimeksianto

Opinnäytetyön tavoite on muodostaa opas omille toiminimiyritykseni verkkosivuille. Oppaasta valmistuu englanninkielinen, koska englannin kielen rooli on niin merkittävä YouTubessa. Englannin kieli on YouTuben ympäristössä ylivoimaisesti suosituin ja arvion mukaan 52 % kaikesta YouTuben sisällöstä on englannin kielistä (Spicer). Suurin osa YouTube-kanavani yleisöstä on englanninkielistä.

Toimin itse opinnäytetyöni toimeksiantajana. Yritykseni toimiala on ”muut koulutusta antavat yksiköt” ja yritykseni keskittyy avoimen, kouluttavan sisällön tuottamiseen ja valmennusten tarjoamiseen, pääosin englanniksi. Opinnäytetyön tavoitteena on tarjota mahdollisimman monelle yrittäjälle ja tubettajalle hyödyllinen opas siitä, miten tubettamisesta voi tehdä menestyksekkään liiketoiminnan muodon. Tavoitteena on antaa lukijoille selkeä käsitys siitä, mitkä tekijät vaikuttavat menestykseen tubettajana ja kuinka tehdä tuloksellista sisältöä.

Opinnäytetyön myötä valmistuvan englanninkielisen oppaan avulla kerron, miten tubettaminen voi integroitua osaksi liiketoimintaa ja millaisia mahdollisuuksia

se tarjoaa erityisesti koulutusalan ja avoimen sisällön tuotannon parissa. Opin- näytetyötä tehdessä olen itse oppinut paljon uutta ja haluan jakaa hyödyllisiä oi- valluksiani muille oppaassa. Opas tarjoaa hyödyllistä tietoa ja ohjeita niille, jotka harkitsevat tubettamisen aloittamista liiketoimintana tai ovat jo sisällöntuottajia. Oppaalla autetaan yrityksen asiakaskuntaa ymmärtämään tubettamisen dyna- miikkaa, menestystekijöitä ja automatisointimahdollisuuksia. Opas ei käsittele YouTube-brändin kehittämistä markkinoinnilla, koska YouTube-kanavan markki- noinnin opettaminen on tarkoitus jättää yritykseni maksulliseksi palveluksi.

### 1.3 Viitekehyksestä

Aineiston ajantasaisuus, luotettavuus ja laadukkuus ovat tärkeä osa laadukasta opinnäytetyötä. Siksi tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty laajasti edellä mai- nittuja kriteereitä täyttäviä lähteitä. Ensisijaisesti Googlen omat YouTubea kos- kevat artikkelit olen havainnut hyviksi lähteiksi. Olen hyödyntänyt opinnäyte- työssä myös useamman ammattilaisen kirjoittamia kirjoja koskien sosiaalisessa mediassa eli somessa menestymistä ja brändinrakentamista. Avaan opinnäyte- työssä myös yrittäjyyden perusteita lyhyesti – hyödyntäen luotettavia verkkosi- vustoja.

Opinnäytetyössäni keskitytään erityisesti tubettamiseen modernina ilmiönä. Opinnäytetyössä avataan tubettamista sekä ammatillisessa muodossa että har- rastuksena. Opinnäytetyössä avataan, mitä vaiheita YouTube-sisällöntuotan- toon kuuluu. Käsitteistössä keskitytään määrittelemään olennaisia termejä, jotka liittyvät tubettamiseen ja yrittäjyyteen. Tubettamiseen liittyy paljon vielä uusia ja alakohtaisia käsitteitä, siksi niitä täytyy avata lukijalle. Esimerkiksi ”optimointi”, ”automatisointi”, ”klikkaus-ratio”, ”tuntikohtaiset näyttökerrat”, ”katselutunnit” ja niin edelleen ovat käsitteitä, joista ensikertalaisella lukijalla ei välttämättä ole aa- vistustakaan. Laadukkaan sisällön tuotannon kriteerit määritellään sekä oman YouTube-kanavan yleisön tarpeiden tiedostamisella että luotettavan asiantunte- van informaation avulla.



## 2 Tubettaminen

### 2.1 YouTube-alusta

YouTube on globaali videoiden, elokuvien ja nykyään myös musiikkikappaleiden jakamiseen tarkoitettu sosiaalisen median alusta. YouTube perustettiin vuonna 2005 kolmen perustajansa toimesta ja Google osti sen vuonna 2006 1,65 miljardilla dollarilla. Vuonna 2022 YouTuben tuottamat mainostulot olivat 29,2 miljardia dollaria. YouTube oli aluksi vain videoiden jakamiseen käytetty alusta, jossa ei ollut mainostulomahdollisuutta sisällöntuottajille. Alusta onkin laajentunut alkuperäisestä konseptistaan huomattavasti ja tarjoaa nykyään maksullista sisältöä, kuten elokuvia ja sisällöntuottajien kanavien jäsenyyksiä. YouTube Premium -tilaus mahdollistaa mainoksettoman sisällön katsomisen. (Hooker 2016; Iqbal 2024; Wong 2023.)

YouTube-alusta kasvaa niin nopeasti, että sen sisällön kasvua on hankala mitata. YouTubea voidaan verratta toiseen käyttäjämäärältään suureen yhdysvaltalaiseen videopalvelu Netflixiin, johon vuoden 2018 viimeisellä neljänneksellä ladattiin 781 tuntia sisältöä, kun taas sama lukema YouTubessa oli 53 miljoonaa tuntia. YouTube on lisäksi maailman toiseksi vierailuin verkkosivusto, heti Google-hakukoneen jälkeen. (Stokel-Walker 2021, 10–11.) Videot ovat yksi suosituimmista sisällönmuodoista somessa, sillä arvioidusti 80–90 prosenttia siitä tulee olemaan videoita lähitulevaisuudessa (Komulainen 2023, 177). Sosiaalisen median käyttäjät siis pitävät videoista, mikä selittää YouTube-alustan suosiota.

YouTube-alustan suosio Suomessa on valtavaa. Se on toiseksi suurin sosiaalisen median kanava, jolla on kolme miljoonaa käyttäjää. YouTubea käytetään runsaasti: 86 prosenttia sen käyttäjistä käyttää sitä viikoittain ja 97 prosenttia kuukausittain. (Komulainen 2023, 177–178.)

## 2.2 Tubettaja

Tubettaja on sisällöntuotannon ammattilainen, joka tuottaa videoita YouTubeen. Tubettajan työ kattaa laajan kirjon toimia videoiden ideoinnista ja suunnittelusta niiden kuvaamiseen, editointiin ja julkaisuun omilla kanavilla. Monipuoliset taidot, kuten videokuvaus, editointi, sisällön suunnittelu ja markkinointitietous, ovat keskeisiä. Tubettajat toimivat usein yrittäjinä tai ammatinharjoittajina ja heidän työnsä edellyttää yhteisöllisyyden rakentamista sekä aktiivista vuorovaikutusta seuraajiensa kanssa. Vaikka tubettajille ei ole olemassa varsinaista tutkintoon johtavaa koulutusta, erilaiset kurssit ja itsenäinen opiskelu tukevat heidän ammatillista kehitystään. (Duunitori.)

Maailman suosituimpiin tubettajiin tilaajamäärien mukaan lukeutuu muun muassa T-Series, MrBeast ja Cocomelon – Nursery Rhymes. Ensimmäistä sijaa pitää hallussaan intialainen musiikkikanava T-Series, jolla on 255 miljoonaa tilaajaa ja 241 miljardia näyttökertaa. Toisella sijalla on suurista, jopa miljoonien dollarien videobudjeteista kuuluisaksi tullut hyväntekijä ja haastevideoiden tekijä MrBeast, jolla on 218 miljoonaa tilaajaa ja 39 miljardia näyttökertaa. Kolmannella sijalla on lastenohjelma-animaatioista tutuksi tullut Cocomelon – Nursery Rhymes, jolla on 168 miljoonaa tilaajaa ja 172 miljardia näyttökertaa. (Socialblade.)

Tubettaja voi ansaita YouTube-videoillaan mainostuloja, kun hänen kanavansa on saavuttanut riittävää suosiota ja hän on solminut kumppanuussopimuksen YouTubeen kanssa. Kumppanuusohjelmassa sisällöntuottaja sallii YouTubeen näyttää mainoksia videoissaan korvausta vastaan. Yritykset ostavat YouTubeelta mainostilaa omille mainoksilleen, joita näytetään tubettajien videoissa. (Youtube Creators 2023.) Tubettaja voi tienata myös kaupallisilla yhteistyövideoilla yritysten kanssa – esimerkiksi esittelemällä yritysten tuotteita omilla videoillaan. Kaupallisesta yhteistyöstä on ilmoitettava videolla. Kaupallinen yhteistyö ei poista kumppanuusohjelman mainostusoikeutta videolta, mutta YouTube pyrkii välttämään tubettajan videossa olevan kaupallisen yhteistyön kanssa ristiriitaisen mainoksien näyttämisen kaupallisen yhteistyön kanssa (Google c). Mitä

enemmän näyttökertoja tubettajan videolle kertyy – sitä enemmän mainostuloja tubettaja ansaitsee. Näyttökertojen määrään vaikuttaa muun muassa videoiden hakukoneoptimointi ja videoaiheiden kiinnostavuus. Lisäksi tubettaja voi ansaita myymällä fanituotteita katsojilleen omassa verkkokaupassaan (Stokel-Walker 2021, 14).

### 2.3 Tubettajaksi – miksi?

YouTuben tarjoama potentiaali sisällöntuottajan suosion saavuttamiseksi on merkittävä. YouTube on kasvava, suosittu alusta. YouTube on Googlen jälkeen maailman toiseksi suurin hakukanava (Komulainen 2023, 178). Videomuotoisen sisällön tuottajalle YouTube on hyvä alusta, etenkin, jos onnistuu optimoimaan videonsa oikein. Optimointi tarkoittaa sitä, että YouTube-videon alla olevaan ”kuvaus”-osuuteen, videon pikkukuvaan ja videon nimeen lisätään videon aiheen mukaisia sanoja, joita ihmisten tiedetään hakevan hakukoneilla sekä YouTuben sisällä (Google e).

YouTube on tehokas alusta yrityksille, jotka haluavat vahvistaa asiakkaiden luottamusta ja näkyvyyttään. Tuotteiden käyttökokemus- ja ohjevideot ovat erinomainen tapa tarjota lisäarvoa ja rakentaa suhdetta asiakkaisiin. Tämä strategia ei ainoastaan esittele tuotetta, vaan auttaa myös asiakkaita ymmärtämään sen käyttöä ja hyötyjä. Videot tarjoavat visuaalisen ja interaktiivisen kokemuksen, mikä voi auttaa parantamaan tuotteen ymmärtämistä ja vähentämään epäselvyyksiä tai väärinkäyttöä. (Komulainen 2023, 179.)

Lisäksi YouTube-videot voivat parantaa brändin näkyvyyttä hakukoneissa. Hyvin suunnitellut ja toteutetut videot voivat sijoittua korkealle Google-haussa, tuoden lisää liikennettä yrityksen verkkosivuille. Videoiden jakaminen sosiaalisessa mediassa ja muissa kanavissa voi myös lisätä sitoutumista ja jakamista, laajentaen yrityksen tavoittamaa yleisöä. Kaiken kaikkiaan, YouTube tarjoaa monipuolisia mahdollisuuksia yrityksille laajentaa markkinointistrategiaansa ja tavoittaa uusia asiakasryhmiä visuaalisen sisällön kautta. (Google d.)

### 3 YouTube-automaatio vaiheittain

YouTube-automaatio on YouTube-sisällöntuotannon muoto, jossa tubettajalla on freelancereista koostuva tiimi, joka tekee videot tubettajalle. Tubettaja itse antaa aiheet videoille, ja kukin tiimin jäsen tekee sovittua palkkiota vastaan panoksensa onnistuneen YouTube-videon eteen. Videon vaiheisiin kuuluu muun muassa käsikirjoitus, ääninauha, videon editointi ja videon pikkukuvan suunnittelu. (Van der Ree 2023.)

#### 3.1 Aihepiiri

Oman aihepiirin löytäminen on tärkeää, jotta tiedät mistä teet sisältöä. Oman aihepiirin olisi hyvä perustua omaan osaamiseen ja siitä olisi hyvä olla kiinnostunut. Tuttavallisemmin YouTubessa käytetään sanaa ”niche”, kun puhutaan YouTube-kanavan aihepiiristä. YouTube-kanavan niche voi olla esimerkiksi julkisuuden henkilöt, pop-musiikki tai teknologia. Kanavalla on tärkeää olla niche, jotta oikea ja lojaali kohdeyleisö löytää videot ja kanava saavuttaa kasvua pitkällä aikavälillä. (Myra 2023.)

Nichen valitseminen tulee lähteä tubettajan omasta intohimosta tai mielenkiinnon kohteesta. Olemalla oman alansa asiantuntija – pääsee pitkälle. Kohdeyleisö – eli se, jolle videoita tekee, tulee tietää jo ennen aloittamista. Kilpailutilanne tulee kartoittaa – tehdäänkö samasta aihepiiristä jo paljon videoita? Erottumisen on erittäin tärkeää ja se voi tapahtua tekemällä videoita uudelta näkökulmasta, uudelta animaatioilla tai käyttämällä rauhallisempaa kertomisääntä. Yhden YouTube-kanavan on keskityttävä valitsemaansa aiheeseen intohimoisesti, jatkuvasti kehittyen, tämä tukee kanavan katselukertojen kasvua aihepiirin sisällä. (Myra 2023.)

#### 3.2 Sisällöntuotanto tiimin avulla

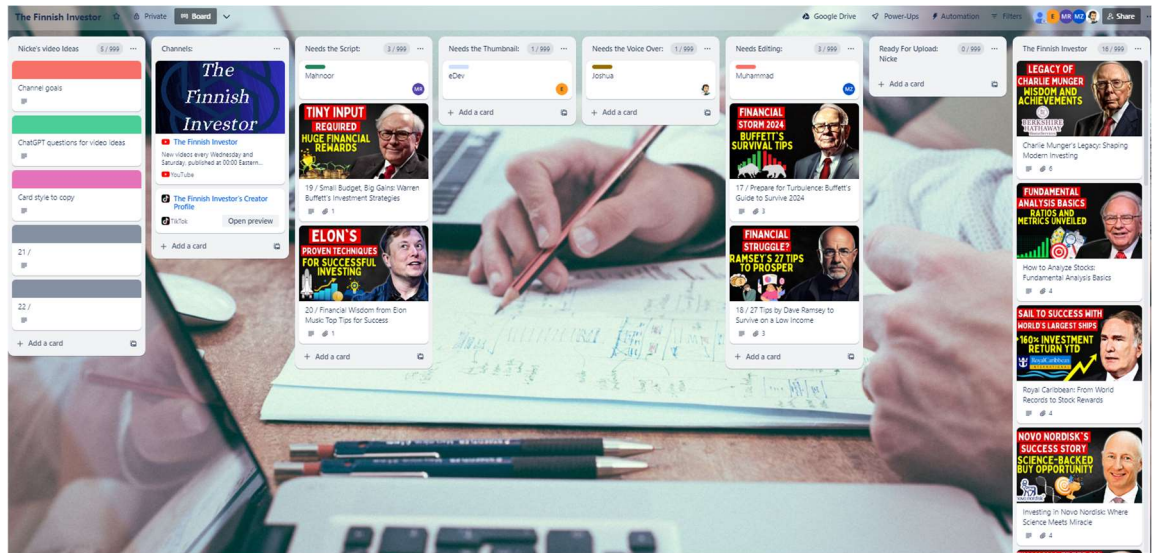
YouTube-automaatiossa sisällöntuotanto tapahtuu tiimin avulla. Tubettaja, joka hyödyntää YouTube-automaation mallia tuottaa sisältöä yhdessä tiiminsä

kanssa kohti yhteistä päämäärää. Tiimiin kuuluu käsikirjoittaja, ääninäyttelijä, videoeditori ja pikkukuvan suunnittelija. Automaatiotubettaja johtaa toimintaa ja antaa tiimille työohjeet. Tiimiläiset ovat yleensä itsenäisiä ammatinharjoittajia, jotka kirjoittavat raportteja, äänittävät puhettaan tekstiä vastaan, tarjoavat videoeditointi- tai kuvasuunnittelu palveluita ennakkoon sovittua palkkiota vastaan, kyseessä on siis niin sanotut ”Freelancerit”. Freelancereita voi palkata omiin projekteihinsa erilaisista palveluista, suositeltavaa on käyttää luotettavia palveluita. On tärkeää etsiä kokeneet osaajat mahdollisimman laadukkaan sisällöntuottamiseksi. On oltava myös oman kanavansa aihepiirin asiantuntija, jotta voi antaa oikeanlaisia ohjeita ja osaa etsiä oikeanlaisia videoaiheita ja tietolähteitä käsikirjoittajaa varten. (Van der Ree 2023.)

Tiimin kokoaminen tapahtuu helposti freelancer-sivustoja hyödyntämällä. Ensimmäisenä on rekisteröidyttävä sivustolle, jossa freelancerit myyvät palveluitaan, sitten luotava ilmoitus tarjottavasta työstä. Ilmoituksesta on käytävä ilmi selkeät työsuhteen ehdot. Tämän jälkeen pitää etsiä valitusta palvelusta seuraavat ammattilaiset: käsikirjoittaja (”YouTube Script Writer”), ääninäyttelijä (”Voice Over for YouTube videos”), videoeditori (”YouTube Video Editor”) ja pikkukuvan suunnittelija (”Thumbnail Designer”). Laadukkaan YouTube-sisällöntuotannon varmentamiseksi on rajattava hakutuloksia freelancerin työkokemuksen ja arvosteluiden mukaan. Haastattelu vaiheessa parhaita henkilöitä, jotka vastaavat omaan ilmoitukseen haastatellaan ja heille kerrotaan omasta projektista yksityiskohtaisemmin. Tavoitteena on lopulta saada toimiva ja edullinen ammattilaisista koostuva tiimi, jonka kanssa kommunikointi on sujuvaa. (Van der Ree 2023.)

Tiimi työskentelee yhdessä YouTube-kanavalle. Sujuvan ryhmätyöskentelyn mahdollistaa ryhmäkeskusteluun luotu viestintäalusta ja projektinhallintaan suunniteltu yhteinen työskentelysovellus. videoneuvotteluohjelmiston kautta toteutettavat palaverit tukevat myös sujuvaa työskentelyä ja yhteisten tavoitteiden syvempää ymmärtämistä ja ennen kaikkea tiimiläisiin tutustumista. (Van der Ree 2023.)

Esimerkiksi Trello on suosittu alusta tiimimuotoiselle projektityöskentelylle. Trellossa työskentely on helppoa, koska siellä voi tehdä työtä vaiheittain ja nimetä tehtäviä toisille, hyödyntäen siirrettäviä kortteja, joille voi liittää tiedostoja. Trellossa voi tehdä useita työalueita. (Trello.) Alla olevassa kuvassa (kuva 1) on oman YouTube-kanavani Trello-työpöytä.



Kuva 1. Trello-työpöytä tubettajan käytössä (The Finnish Investor 2024).

### 3.3 Videon prosessi vaiheittain

#### 3.3.1 Videoideat

Videon tekeminen alkaa ensimmäisenä ideoista. Prosessi alkaa ideoinnista, omaan aihepiiriin liittyvien aiheiden ja ilmiöiden selaamisesta ja tutkimisesta. Ideoita voi syntyä esimerkiksi uutisista tai asioista, joista ihmiset puhuvat paljon. (Koskinen 2021.)

Video-aiheiden ideoinnissa voi hyödyntää erilaisia Chat-muotoisia tekoälyohjelmia. Salon (2023, 89–91) mukaan ChatGPT:tä voi hyödyntää videoideoiden suunnittelussa. ChatGPT:tä voi pyytää antamaan videoaiheita omasta nichestä. ChatGPT:n kanssa keskustellessa on tärkeää antaa kriteerejä asetetuille kysy-

myksille, jotta saadaan laadukkaita vastauksia. Kun idea on lopulta valittu, voidaan pyytää ChatGPT:tä antamaan alustavia nimiehdotuksia videolle ja valita alustava nimi videolle. (Salo 2023, 89–91.)

### 3.3.2 Käsikirjoitus

Kun videoidea on päätetty ja tietolähteet videolle on löydetty – alkaa käsikirjoittamisen vaihe. Käsikirjoitus on videon perusta, koska sen pohjalta nauhoitetaan videon ääniraita. Automatisoidussa tubettamisessa, käsikirjoittaja hoitaa tämän osuuden annettujen tietolähteiden pohjalta tai vaihtoehtoisesti etsimällä tietolähteet kokonaan itse. (Side Hustle Culture 2022.) ChatGPT on loistava työkalu tekstin muovaamisessa ammattilaismaiseksi, sekä käsikirjoituksen sopeuttamisessa videon eri vaiheisiin, kuten intro, tarinan kaari ja lopetus (Salo 2023, 89–91). ChatGPT:tä kannattaa siis hyödyntää apuna käsikirjoituksessa.

Käsikirjoituksen tulee koostua lyhyestä introsta, jossa esitellään lyhyesti itsensä ja vakuutetaan yleisö omasta asiantuntijuudesta aihepiirin parissa. Lyhyen esittelyn jälkeen siirrytään heti aiheeseen. Aiheesta kirjoittaessa – tekstissä tulee olla keskusteleva, yleisön mielenkiintoa ylläpitävä sävy. Tarinaa kertovassa käsikirjoituksessa on tärkeää hyödyntää klassista tarinan kaarta, eli: intro, nouseva toiminta, klimaksi, laskeva toiminta ja loppuratkaisu. Tarinan kaari auttaa YouTube-analytiikkatyökalujen perusteella ylläpitämään yleisön mielenkiintoa koko videon ajan. Videon lopussa katsojia kiitetään ja kannustetaan tilaamaan kanava, tykkäämään ja kommentoimaan, jotta saadaan suosiota omalle videolle ja kanavalle. (N8wealth 2023.)

Käsikirjoituksen pituus määrittää videon pituuden. Lisäksi videon pituuteen vaikuttaa hieman ääninäyttelijän puheen nopeus. Käsikirjoitus on hyvä optimoida siten, että videon pituus ylittää aina 8 minuuttia, mikäli haluaa mahdollistaa mainoskatkot YouTube-videolleen. Videon pituutta tärkeämpi asia on, että se tarjoaa lisäarvoa katsojille. (N8wealth 2023.) 10 minuutin mittainen normaali puhe vaatii keskimäärin 1300 sanaa (Capitalize My Title). Puheen nopeus on kuitenkin yksilöllistä.

### 3.3.3 Puhe

Puheosuus on automatisoidussa tubettamisen prosessissa se, osuus, jonka ääninäyttelijä tekee. Ääninäyttelijä lukee käsikirjoituksen ääneen ja nauhoittaa sen ja jakaa äänitiedoston. Ammattitaitoinen ääninäyttelijä on valittu aiheen ja kohdeyleisön mukaisesti ja hän luo videoon omanlaisen sävyn äänellään. Äänen tulee olla selkeää ja sopivaa, jotta katsojat pitävät siitä. Äänen sävy on hyvä pitää keskustelevana opettavaisissa ja tarinaa kertovissa YouTube-videoissa, lisäksi aiheen vaihtuessa on ääninäyttelijän käytettävä oikeanlaista siirtymäkieltä (N8wealth 2023.)

Äänen luonnissa voidaan hyödyntää tekoälyä – käyttämällä editointiohjelmien sisäisiä äänitehosteita tai teksti-puheeksi-palveluita (Salo 2023, 94). On kuitenkin pohdittava kriittisesti robottimaisen äänen käyttämistä ammattipuhujan sijasta. Omien havaintojeni perusteella tubettajana menestyy parhaiten aitoa ihmisääntä käyttämällä. Ammattipuhujan ääni on omasta mielestäni erittäin tärkeä osa videota, koska äänen painottaminen, selkeys ja asiantunteva sävy tekevät videosta mielenkiintoista ja rauhoittavaa katsottavaa. Editointiohjelmassa ääntä voi muokata esimerkiksi kirkkaammaksi, mikäli se on tarpeen. (N8wealth 2023.)

### 3.3.4 Editointi

Editointi on videotuotannon työläin vaihe. Editoinnissa videoon lisätään materiaalia, sitä leikataan ja siihen lisätään tehosteita. Tekoälyohjelmilla ei vielä pystytä tuottamaan pitkiä videoita, mutta kehitys on alkanut tälläkin osa-alueella ja kenties jo lähivuosina pitkienkin videoitten teko onnistuu tekoälyn avulla sujuvasti (Salo 2023, 96). Tekoälyä voi kuitenkin hyödyntää editoinnissa siten, että kuvamateriaalia voidaan tuottaa tekoälyllä (Salo 2023, 91–94).

Automatisoidussa tubettamisen prosessissa editoinnin hoitaa videoeditori. Hänen työosuutensa on raskain ja se näkyy palkkauksessa. Videoeditorin tehtävä on etsiä käsikirjoituksen tai ääninäyttelijän jakaman ääninauhan pohjalta materi-



aalia videoon tai tuottaa sitä itse animaatioiden avulla. Tässä hyödynnetään laadukkaita videoeditointiohjelmistoja ja animaatiopalveluita. (Van der Ree 2023; Salo 2023, 96.)

### 3.3.5 Pikkukuva

Pikkukuva on osa videota, jonka YouTubeen käyttäjä näkee ensimmäisenä suosituksissaan tai hakutuloksissaan. Pikkukuvan tehtävä on herättää katsojan mielenkiinto, jotta hän klikkaisi videota. Pikkukuvan lisäksi katsoja näkee videon nimen ennen videon avautumista. (Media-Assari 2018.)

Pikkukuvien tekeminen tapahtuu automatisoidussa tubettamisen mallissa freelancer-pikkukuvasuunnittelijan toimesta (Van der Ree 2023). Pikkukuva suunnitellaan tavallisesti esimerkiksi Canva-nimisellä palvelulla, jossa voi luoda kuvia ja asiakirjoja (Media-Assari 2018). Tekoälyohjelmilla, kuten Dall-E 2 tai Midjourney saa tehtyä todella laadukkaita ja erottuvia pikkukuvia – antamalla omia kehotuksia tekoälyohjelmalle (Salo 2023, 91–94).

## 3.4 Videon lataus ja optimointi

Videota ladatessa on hyvä kiinnittää huomiota videon kuvaukseen, otsikkoon ja avainsanoihin. Nämä ovat tärkeitä seikkoja, jotta videot löytyvät haun ja suositusten kautta. Tärkeintä on käyttää videon sisältöön nähden relevantteja avainsanoja otsikoissa, kuvauksissa ja hashtageissa. Videoon on syytä lisätä myös päätösruutu, jossa suositellaan katsojalle muita kanavan videoita ja kanavan tilausta. Videoiden säännöllinen lataustiheys yhdistettynä laadukkaaseen sisältöön ovat optimoinnin tärkeimpiä perusteita. Optimointi on näkyvyyden ja suosion saamiseksi tärkeää tubettajalle. (Google e; Komulainen 2023, 124.)

Optimointia on myös hakukoneoptimointi – YouTube-ympäristössä käytetään termiä ”SEO” eli Search Engine Optimization. Optimoinnilla mahdollistetaan se, jos hakukonetta käyttämällä haetaan tietoa jostakin aiheesta – hakija saa tulokseksi lataamasi videon. (Google e; Google g.) Sosiaalisen median alustat –

YouTube mukaan lukien, toimivat nykyään yhä vahvemmin hakukoneen roolissa, eli internetin käyttäjät hakevat vastauksia kysymyksiinsä somepalveluiden hakutoimintoja käyttäen (Komulainen 2023, 122).

### 3.5 YouTuben suosittelujärjestelmä

YouTuben suosittelujärjestelmä pyrkii yhdistämään käyttäjiä heille relevanttiin ja arvokkaaseen sisältöön. Järjestelmä näyttää käyttäjälle videoita, jotka perustuvat heidän aikaisempaan katseluhistoriaansa ja mieltymyksiinsä. Järjestelmä käyttää monimutkaisia algoritmeja, jotka ottavat huomioon useita signaaleja, kuten klikkaukset, katseluajan ja käyttäjien antamat reaktiot, kuten tykkäykset ja ei-tykkäykset. Suosittelujärjestelmä suosittelee videoita katsojalle tämän mielenkiinnonkohteiden ja aiemman toimintahistorian mukaan. Katsoja näkee useita pikkukuvia otsikoineen ennen itse videota ja hän valitsee niistä mielenkiintoisimman. (Goodrow 2021.)

Tubettajana YouTuben suosittelujärjestelmän ymmärtäminen auttaa ymmärtämään miten omat videot päätyvät yleisölle ja miksi kanavan nichen eli aihepiirin valinta on niin tärkeää. Jos saa katsojan tykkäämään tubettajan videosta on todennäköistä, että YouTube suosittelee myöhemmin tubettajan muitakin videoita käyttäjälle. Jos YouTuben käyttäjä tykkää sijoitusaiheisista videoista, hänelle suositellaan sijoitusaiheisia videoita. Tubettaja herättää katsojan mielenkiinnon videotansa kohtaan, erottuvalla pikkukuvallaan ja otsikollaan. (Goodrow 2021.)

## 4 YouTube-brändi

### 4.1 Brändin rakentaminen

Somebrändin rakentaminen vaatii seuraajien tunnistamista. Jos ei ymmärrä yleisönsä tarpeita, sosiaalisen median brändiä ei voi rakentaa menestyksellä. Sosiaalisen median brändin rakentamisessa ja etenkin sen markkinoinnissa on hyödyllistä hahmottaa asiakasprofiili. (Pulizzi & Piper 2023, 80–86.)

Pulizzi & Piper (2023, 80–86) hahmottelevat somebrändin asiakasprofiilia käyttämällä termiä "audience persona" (Pulizzi & Piper 2023, 80–86). Audience persona (vapaasti suomennettuna "yleisöpersoonaa") on YouTube-kanavan kohdeyleisön keskimääräinen jäsen. Audience persona luodaan keräämällä ja analysoimalla tietoa todellisista ja potentiaalisista katsojista, kuten heidän demografisista tiedoistaan, kiinnostuksen kohteistaan, käyttäytymismalleistaan ja tarpeistaan. Audience persona sisältää yleensä tiedot henkilön iästä, sukupuolesta, ammatista, koulutustasosta, harrastuksista, mediankäyttötottumuksista ja mahdollisista haasteista, joita hän kohtaa. (Pulizzi & Piper 2023, 79–86.)

Brändin rakentaja voi hyödyntää audience persona -työkalua luomalla kohdennettua, yleisönsä tarpeisiin ja mielenkiinnon kohteisiin vastaavaa sisältöä, mikä parantaa fanien sitoutumista ja uskollisuutta brändiä kohtaan. Tietämys kohdeyleisöstä auttaa mukauttamaan viestinnän sävyä, tyyliä ja markkinointitoimia, jotta ne resonoiivat paremmin yleisön kanssa, tehostaa mainonnan kohdentamista ja auttaa kehittämään brändiä, joka erottuu kilpailijoista ja luo vahvan yhteisön. Tehokas brändin rakentaminen edellyttää jatkuvaa audience persona -profiilin päivittämistä ja tarkentamista vastaamaan yleisön muuttuvia tarpeita ja mieltymyksiä. (Pulizzi & Piper 2023, 79–86.)

#### 4.2 Fanien kanssa kommunikointi

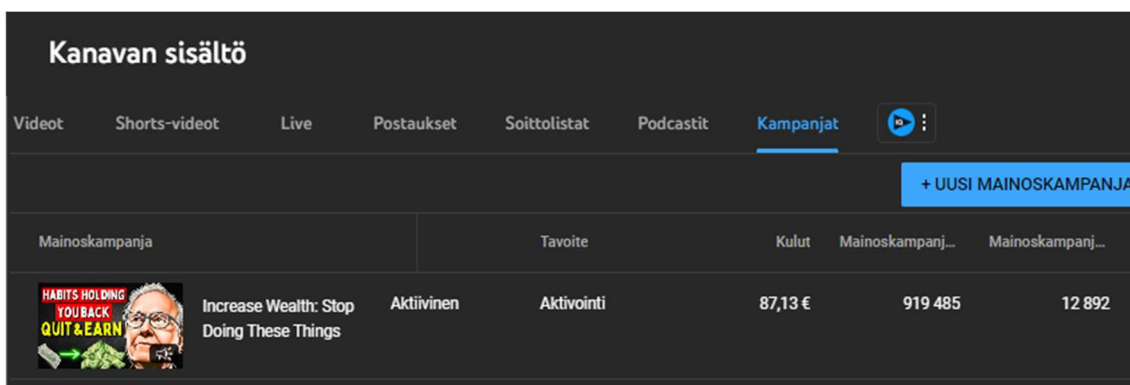
Kommunikaatio ja yleisön osallistaminen on tärkeää. Laaja kommenttien ja tykkäysten määrä lisää näkyvyyttä ja kiihdyttää YouTube'n suosittelujärjestelmää. Katsojia on suositeltavaa pyytää jättämään videolle tykkäys, jos he pitävät videosta, jakamaan kommentteissa ajatuksiaan ja tilaamaan kanava, mikäli he haluavat nähdä vastaavaa sisältöä jatkossa. (Goodrow 2021.)

Katsojien jättämiin kommentteihin on hyvä vastata, koska se osoittaa, että heitä arvostetaan. Kommentoinnin voi avata myös tubettaja itse jättämällä ensimmäisen kommentin, jossa kyselee katsojien mielipidettä esimerkiksi johonkin videolla esitellyn asiaan. Keskustelua voi harjoittaa YouTube-videoiden lisäksi YouTube-kanavan Yhteisö-alueella, jossa tubettaja voi julkaista tilapäivityksiä. (Brown 2022.)

### 4.3 Brändin kehittäminen

Kun halutaan kasvaa, vaaditaan jatkuvaa kehittymistä. Perusidea on se, että tehdään kilpaileviin YouTube-kanaviin verrattuna erilaista ja laadukkaampaa sisältöä tai tarjotaan katsojille enemmän, esimerkiksi useammin videoita, kun kilpaileva kanava. YouTube-kanavan kehittäminen tapahtuu sisällön jatkuvalla parantamisella yhdessä sisällöntuotannon tiimin kanssa. YouTube kanavan suosita voi kasvattaa käyttämällä entistä enemmän hakukone-hakuja kerääviä avainsanoja videoiden ja kanavan kuvauksessa (Komulainen 2023, 124).

YouTubessa voi luoda mainoskampanjoita omalla kanavallaan. Omia YouTube videoita voi markkinoida YouTube Studio-välilehden kautta ”kampanjat”-osiossa (ks. kuva 2). Kampanjan tarkoituksiksi voi asettaa näyttökertojen tai tilaajien määrän kasvattamisen. Kampanjaa on tärkeää kohdentaa yleisön mukaan esimerkiksi kielen, iän ja kiinnostuksen kohteiden mukaan – näin saadaan tavoitettua oikea kohderyhmä tehokkaasti. (Google b.)



Mainoskampanja	Tavoite	Kulut	Mainoskampanj...	Mainoskampanj...
Increase Wealth: Stop Doing These Things	Aktiivinen	87,13 €	919 485	12 892

Kuva 2. YouTube-kanavan kampanjan luontisivu (The Finnish Investor 2024).

## 5 YouTuben analytiikkatyökalut

### 5.1 Kanavan suoriutumisen analytiikka

Kanavan suoriutumista mitataan YouTube Studiossa analytiikkatyökalulla. Analytiikkatyökalulla voi mitata valitulle aikaikkunalle (esimerkiksi 7 päivää, 28 päivää tai 3 kuukautta) eri mittareita, kuten:

- videoiden katselukerrat: kertoo, kuinka paljon kanavalla on kokonaisuudessaan näyttökertoja ja kuinka paljon videolla on keskimäärin näyttökertoja.
- videoiden katseluaika: kertoo keskimääräisen videon katseluajan kaikista videoista.
- tilaajamäärät: kertoo, kuinka paljon kanavalla on tilaajia. Aikaikkunan avulla voi seurata tilaajamäärän kehitystä tietyllä ajanjaksolla.
- parhaiten menestynyt sisältö: tarkastellaan mikä video on saanut eniten näyttökertoja, millä videolla on suurin tykkäys-ei-tykkäyssuhde, millä videolla on suurin katseluaika.
- klikkausratio: prosenttiosuus, joka kertoo, kuinka moni on klikannut videotasi keskimäärin, nähtyään pikkukuvan ja videon otsikon.
- keskimääräinen katseluaika: kertoo, kuinka kauan videoita keskimäärin katsellaan.
- katselijan aktiivisuus ensimmäisen puolen minuutin sisällä: kertoo videoiden menestymisestä ensimmäisen puolen minuutin kohdalla. Tämä on videon kriittisin vaihe, jolloin herätetään katsojan mielenkiinto, jos onnistutaan. (Barnhart 2024.)

YouTube-analytiikkatyökalut ovat tärkeitä YouTube-kanavan menestyksen mittaamiseksi. Mittareiden kehitystä on syytä seurata säännöllisesti ja tarvittaessa on syytä tehdä parantavia muutoksia sisältöön. Laskeva katseluaika kertoo siitä, että videoita ei koeta enää yhtä mielenkiintoisiksi. Laskeva klikkausratio kertoo siitä, että videon pikkukuvat tai otsikot ovat tylsempiä, kuin aikaisemmin. (Barnhart 2024.)

## 5.2 Yleisön käyttäytymisen analytiikka

Yleisön käyttäytymistä mitataan YouTube Studiossa analytiikkatyökalulla. Analytiikkatyökalulla voi mitata valitulle aikaikkunalle (esimerkiksi 7 päivää, 28 päivää tai 3 kuukautta) eri mittareita, kuten:

- palaavat katsojat: kertoo prosenttijakauman katsojista, jotka katsovat uudelleen kanavan videoita.
- yksittäiset katsojat: kertoo prosenttijakauman katsojista, jotka katsovat vain yhden videon suosituksien tai haun kautta, mutta eivät palaa kanavalle takaisin.
- yleisön aktiivisuusajankohta: kertoo viikonpäivät ja kellonajat, jolloin kanavan yleisö on aktiivisimmillaan.
- suosituimmat maantieteelliset alueet: kertoo maat, josta kanavan yleisö koostuu.
- ikä ja sukupuoli: yleisön ikä- ja sukupuolijakauma, siltä osin, kun tiedot ovat saatavilla rekisteröityneistä YouTube-käyttäjistä. (Barnhart 2024.)

Analyytikkatyökalun ”Yleisö”-osiossa voi tarkastella katsojien sitoutuneisuutta kanavaan. Yleisö-osioista saa monenlaista hyödyllistä tietoa sisällön muokkamista varten. Yleisö-osioista selviää muun muassa katsojien demografisia teki-joitä. Kun katsojien taustat ovat tiedossa, on sisältöä helpompi kohdentaa heille. Videot kannattaa julkaista siihen aikaan, kuin katsojat ovat kaikkein aktiivisimillaan, jotta saadaan näyttökertoja, tykkäyksiä ja kommentteja jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa videon lataamisen jälkeen. (Barnhart 2024.)

### 5.3 Videon suoriutumisen analytiikka

Tärkein vaihe videon kiinnostavuuden selvittämiseksi on videokohtainen analytiikka. Videoanalytiikalla mitataan, miten yksittäinen video on kiinnostanut katsojia. Tässä aikaikkunan käyttö (seitsemän päivää, 28 päivää, jne.) ei ole merkityksellistä. Videon menestystä mitataan seuraavilla mittareilla:

- katselukerrat: kertoo, kuinka monta kertaa videota on katseltu.
- katseluaika: kertoo, kuinka monta minuuttia videota on katseltu keskimäärin.
- katseluprosentti: kertoo, kuinka monta prosenttia videostasi on katseltu keskimäärin.
- videon klikkausratio: kertoo prosenttiosuuden YouTube käyttäjistä, jotka klikkaavat videotasi, nähtyään sen pikkukuvan ja otsikon.
- tykkäämiset vs. ei-tykkäykset: kertoo pitävätkö katsojat videostasi.
- päätösruutuelementtien klikkausprosentti: kertoo prosenttiosuuden katsojista, jotka klikkaavat päätösruutuelementtejä (”tilaa kanava”, ”suositeltu video”, ”suositeltu soittolista”).
- videolle päätyminen: kertoo prosenttijakauman mukaisesti, päätyikö katsoja videolle selaimen haun kautta, suositusten kautta vai linkin kautta. (Barnhart 2024.)

Videon suoriutumisen analytiikka hyödyntämällä voi pohtia katsojien mielipidettä videosta ja sitä kautta harkita sisällön kehittämistä. Laskeva katseluaika, laskeva katseluprosentti ja laskeva tykkäämis-ei-tykkäämissuhde kertovat siitä, että muutoksia on tehtävä sisältöön. Videolle päätymisestä voi päätellä: jos suositusten kautta videoon päätyminen on korkeaa ja video on saavuttanut saman aikaisesti paljon näyttökertoja, on pikkukuvan suunnittelussa onnistuttu. Jos videon katseluaika on muita kanavan videoita huomattavasti alhaisempi, tämä

tarkoittaa, että video on tylsempi tai huonolaatuisempi kuin kanavan muut videot. Tavoite on saavuttaa mahdollisimman korkea katseluaika, katseluprosentti, klikkausratio ja tykkäämisten määrä. (Barnhart 2024.)

## 6 Yrittäjyys ja YouTube

### 6.1 YouTube-yrittäjyys

Tubettaja voi harjoittaa toimintaansa yrittäjänä. Tämä on järkevää, koska toiminnan kulut, jotka koostuvat editoinnista, pikkukuvien suunnittelusta, äänityksestä voidaan vähentää liikevaihdosta. Editointi, pikkukuvien suunnittelu ja äänitys voidaan joko toteuttaa itse ohjelmistoilla ja laitteilla tai ulkoistaa freelancereille, mikä käy helposti palkkaamalla tekijät freelancer-palvelusta. Videoiden tekeminen itsekseen on aikaa vievää ja työlästä, lisäksi on osattava kaikki edellä mainitut tuotannon prosessit ammattimaisesti laadukkaasti sisällön tuottamiseksi. Toisaalta freelancereita käyttämällä syntyy huomattavasti enemmän kuluja ja yrittäjyyden riski kasvaa suureksi. (Google f; Ukko.fi.)

YouTube-yrittäjä voi kerryttää liikevaihtoaan omatoimisesti, mainostulojen kautta tai kanavajäsenyyksien avulla. Oma toimitusliiketoiminta voi kerryttää myymällä omia tuotteitaan faneilleen suunnatussa kaupassa, joka usein on linkitetty YouTube-videon alapuolelle. Omatoimista liikevaihtoa on myös kaupallinen yhteistyö toisen yrityksen kanssa, joka voidaan toteuttaa esittelemällä toisen yrityksen tuotteita ja palveluita omalla videolla. Mainostulojen ansaintamalli perustuu niiden videoiden näyttökertoihin, joissa on mainokset. Mainostulojen ja kanavan jäsenominaisuuksien edellytyksenä on YouTube-kanavan riittävän suuri suosio, 4000 tuntia katseluaikaa ja 1000 tilaajaa, jonka jälkeen on solmittu kumppanuus YouTuben kanssa. (YouTube Creators 2023.)

YouTube-yrittäjän fanituotteiden myynti ja affiliate-markkinointi, jossa tubettajat saavat provisiota toisten yritysten tuotteiden tai palveluiden myynnistä vaativat YouTube-yrittäjältä aktiivista osallistumista sosiaalisen median eri kanavissa. Li-

säksi tubettajayrittäjällä on oltava hyvä suhde seuraajiin. Menestyksekkäät tubettajat ymmärtävät, kuinka tärkeää on luoda sisältöä, joka resonoi heidän yleisönsä kanssa ja edustaa samalla heidän omaa brändiään ja tyyliään. (Rapila 2018.)

## 6.2 YouTuben potentiaali yrityksille

YouTubea voi ja kannattaa ehdottomasti hyödyntää myös yrityksen, joka ei ole pääasiallisesti keskittynyt sisällöntuotantoon. Yritys voi hyödyntää YouTubea esimerkiksi lataamalla sinne markkinointivideoita, tuotteiden tai palveluiden käyttöönottovideoita (Komulainen 2023, 181). Voidaan siis todeta, että jokainen yritys voi hyötyä YouTubessa tapahtuvasta sisällöntuotannosta. Parhaiten yritys voi houkutella kohderyhmäänsä luomalla selkeitä videoita, jotka vastaavat asiakkaiden kysymyksiin ja tarpeisiin (Komulainen 2023, 181).

Yritys, joka tarjoaa elämyksellisiä lomamatkoja voi tubettaa seuraavanlaisesti: yritys luo mahdollisimman houkuttelevia esittelyvideoita upeista lomakohteista ja esittelee videoillaan muun muassa miljoonan dollarin arvoisia asuntoja ranta-kaupungeissa. Video, kun ladataan YouTubeen, siihen on hyvä lisätä silmään-pistävä pikkukuva ja korostettu otsikko, näin matkailusta ja elämäntyylistä kiinnostunut saadaan kiinnostumaan videosta. Lisäksi videon kuvaukseen lisätään avainsanoja, kuten ”matkailu”, ”Los Angeles”, ”New York”. Mikäli YouTuben hakukenttään kirjoitetaan videon kuvauksen avainsanoja – YouTuben käyttäjä saa tuloksiinsa kyseisen videon. (Google g.)

Yritys voi ostaa myös mainostilaa YouTubesta Google Ads -palvelun kautta. Google Ads on Googlen tarjoama mainosalusta, jonka kautta yritykset voivat luoda ja julkaista mainoksia Googlen omistamissa ja yhteistyökumppaneiden verkkosivustoissa. Tämä sisältää hakukonemainonnan, näyttömainonnan sekä YouTube-mainonnan. Ensimmäisenä yrityksen on luotava Google Ads-tili, sitten mainoskampanja, tämän jälkeen valitaan kohderyhmä, sitten valitaan mainosformaatti – esimerkiksi YouTubessa, videoilla näkyvät mainokset. Lopulta asetetaan budjetti ja julkaistaan mainos. Google Ads -alustalla voidaan hyvin



tarkasti kohdentaa YouTubessa näytettävää mainosta kohderyhmän tietojen perusteella. Mainostaja voi valita mainostyyppin ei-ohitettavaksi, ohitettavaksi, hakutulos-mainokseksi, tai puskurimainokseksi. Monimuotoinen mainonta takaa näkyvyyttä. (Google a.)

Youtubessa mainostamista varten yrityksellä on hyvä olla oma YouTube-kanava jo valmiina, johon julkaistaan mainostettava mainosvideo optimoidusti. Näin mainosvideo saa mainoskampanjan lisäksi myös muualta tulevaa ilmaista näkyvyyttä. Laadukas video ja optimointi ovat mainosvideon menestyksen avaintekijöitä. (Google e; Komulainen 2023, 188–189.)

### 6.3 Yrittäjyyden edut

YouTube-yrittäjyyteen liittyy etuja. Voi muun muassa ostaa työvälineet sisällöntuotantoa varten arvonlisäverottomasti, esimerkiksi 1000 euron tietokone ilman 24 prosentin arvonlisäveroa maksaa noin 800 euroa. Lisäksi työhuonevähennys, koulutusmenot ja freelancer-palveluostot voidaan vähentää yrityksen verotuksessa. Yrittäjänä ollessa kirjanpitoon lisätään sisällöntuotannon tiimiläisille maksetut palkat ja palkkiot, jonka jälkeen yritystä verotetaan syntyneestä liikevoitosta. (Certum 2020.)

Toiminimiyrittäjänä palkkaa voi nostaa itselleen omina ottoina sen jälkeen, kun yrityksen tuloksesta on maksettu verot (Bisnes.fi). Kun toiminimiyritys alkaa tavoitellusti menestymään taloudellisesti, on kannattavaa pohtia yritystoiminnanmuodon muuttamista toiminimestä osakeyhtiöksi. Osakeyhtiö voi maksaa osinkoja omistajilleen ja pääomatulojen verotus on ansiotuloverotusta matalampaa (Yrittäjä.io 2022).

## 7 Toteutus

Aluksi perehdyin huolellisesti tubettamiseen, YouTube-automaatioon ja kirjasin ylös oppimiani tietoja ja listasin käyttämiäni lähteitä. Työstin tekstiä useamman

kuukauden ajan useiden asiantuntija-aineistojen pohjalta. Perehdyin oppaan tekemisen perusteisiin ja aloin valmistelemaan opasta.

Oppaan tekeminen on oleellinen osa tätä toiminnallista opinnäytetyötä. Päätin, että perinteinen, tekstipohjainen opas olisi helpoin tapa välittää tarvittavat tiedot ja ohjeet YouTube-automaatiosta kiinnostuneille. Oppaan tekeminen on ollut pitkä ja mielenkiintoinen prosessi. Oppaan työstämisen aikana omasta kokemuksestani tubettajana sekä korkeakoulututkintoni aikana oppimistani tekstituotannon taidoista on ollut merkittävästi hyötyä. Hyvä Englannin kielen osaamiseni on myös ollut suuri apu oppaan teossa.

Laatimassani oppaassa olen hyödyntänyt käytännön tietämystäni, jota on kertynyt lukuisista asiantuntija-aineistoista sekä omista kokemuksistani tubettajana. Tämä tietämyksen yhdistäminen on mahdollistanut minulle syvällisen ymmärryksen tubettamisen moninaisista näkökulmista, ja olen pyrkinyt siirtämään tämän ymmärryksen oppaan sivuille tavalla, joka palvelee lukijaa parhaiten. Asiantuntijalähteiden kautta olen perehtynyt tubettamisen teoreettisiin perusteisiin, digitaalisen median trendeihin, yleisön rakentamisen strategioihin ja sisällön optimoinnin tekniikoihin. Nämä teoriat ovat tarjonneet vankan perustan, jolle olen voinut rakentaa omaa näkemystäni ja ymmärrystäni aiheesta. Käytännön kokemukset, niin onnistumiset kuin haasteiden voittamisetkin ovat antaneet minulle ainutlaatuisen näkökulman siihen, mitä vaaditaan YouTubessa menestymiseen.

## **8 Tuotos**

The Finnish Investor -yrityksen sivuilla julkaistu opas vastaa tubettajien ja tubettamisesta kiinnostuneiden, tarpeisiin. Opas tarjoaa hyvät mahdollisuudet jo nykyisille tubettajille kehittää omaa YouTube brändiään. Opas tarjoaa tubettajille tien kohti tiimin avulla automatisoitua YouTube-kanavaa. YouTube-kanavan automatisointi vapauttaa tubettajalta valtavasti työaikaa, lisäten maltillisesti kustannuksia. Laajan ja huolellisen valmisteluprosessin tuloksena syntynyt opas on kattava tietolähde, joka kokoaa yhteen parhaat käytännöt ja asiantuntijavinkit.

Sen avulla tubettajat saavat käyttöönsä tärkeää tietoa, joka on aiemmin saattanut olla saatavilla vain maksullisten kurssien kautta, nyt täysin ilmaiseksi.

Kokonaisuudessaan opas tarjoaa hyödyllistä tietoa tubettamisesta ja YouTube-automaatiosta kiinnostuneille. Oppaan tekeminen oli opettavainen ja mielenkiintoinen prosessi. Oppaan avulla voin kertoa tubettajille ilmaiseksi, kuinka välttää keskeisimpiä virheitä ja miten kasvattaa omaa YouTube-kanavaa ja sen ympärillä olevaa brändiä. Enää ei tarvitse käydä kalliita verkkokursseja tubettamistaitojen hankkimiseksi. Opas on tehty kokonaan englannin kielellä, johtuen *The Finnish Investor* -yrityksen ja YouTube-kanavan yleisöstä ja kielestä. Englannin kielen asema on YouTube-alustalla myös merkittävä.

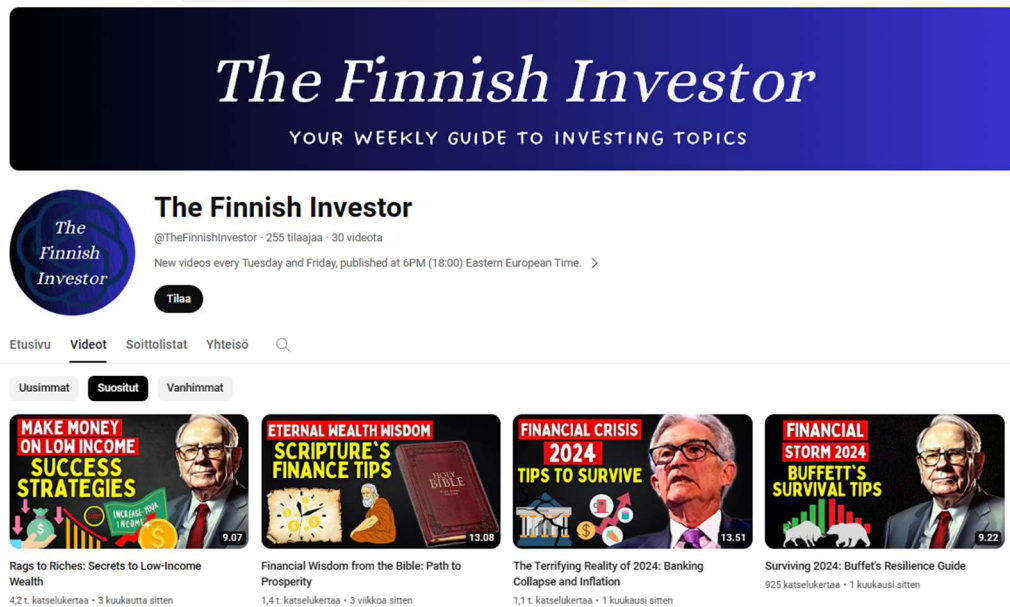
Valmis opas on julkaistu tämän opinnäytetyön liitteenä. Lisäksi oppaan löytää omilta verkkosivuiltani. Opas on julkaistu PDF-muodossa.

## 9 Päätäntö

### 9.1 Oma tubettaminen

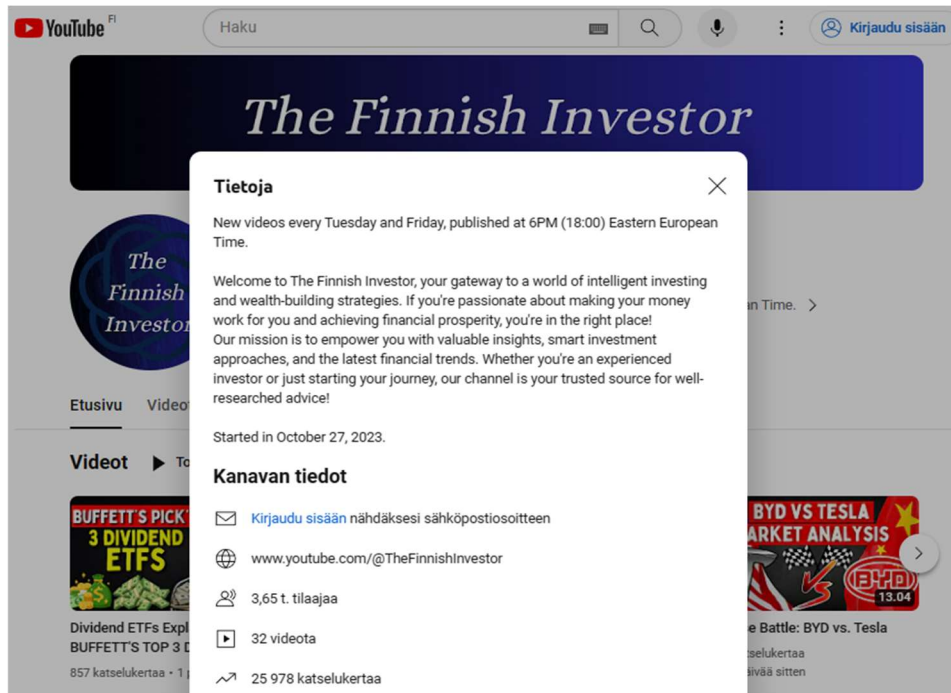
Oman tubettamisprojektiin tavoite on ollut oppia uutta ja hankkia menestystä omalle YouTube-kanavalleni. Tubettajana olen onnistunut kasvattamaan useiden kuukausien kamppailuiden jälkeen lopulta monituhantisen yleisön. Olen useiden virheiden ja oppimani tietojen avulla onnistunut jokseenkin jo menestymään tubettajaurallani.

Vaikka kanavallani on jo muutamia tuhansia tilaajia, ei kanavan kaupallistamisen ehdot vielä ole täyttyneet, sillä katselutunteja on edelleen liian vähän. Jatkan kuitenkin tubettamisen projektia, sillä uskon, että periksi antamattomalla ja asiantuntevalla toiminnalla lopulta saavutetaan lopputulos. Tilaaajamäärien ja näyttökertojen nopea kasvu ovat todiste siitä, että jotain on tehty oikein. Alla (kuva 3) kuvakaappaus kanavastani helmikuussa 2024.



Kuva 3. The Finnish Investor -kanavan ulkoasu (The Finnish Investor 2024).

Helmikuussa 2024 kanavalla oli 255 tilaajaa ja 10 000 näyttökertaa. Kuukautta myöhemmin 100 euroa maksaneen kohdennetun YouTube-kampanjan jälkeen tilanne muuttui täysin. Maaliskuussa 2024 kanavalla oli 3 650 tilaajaa ja lähes 26 000 näyttökertaa. Alla (kuva 4) kuvakaappaus kanavan tiedoista maaliskuussa 2024.



Kuva 4. The Finnish Investor -kanavan yleistiedot (The Finnish Investor 2024).

Tubettaminen on vahvistanut oman opinnäytetyön kirjoittamista. Opinnäytetyössä käyttämäni monipuolisen aineiston pohjalta olen oppinut paljon hyödyllistä tietoa. Haluan jakaa oppimaani tietoani muille tubettajille ja tubettamisesta kiinnostuneille.

Olen tutkinut useita eri asiantuntija-aineistoja läpi selvittääkseni YouTube-kanavan kehittämismenetelmiä. Näillä kehittämismenetelmillä pyritään hankkimaan YouTube-kanavalle lisää suosiota näyttökertojen ja tilaajien muodossa. Lopulta kasvaneet näyttökerrat ja kasvanut tilaajamäärä mahdollistavat kanavan kaupallistamisen ja mainostulojen kerryttämisen. YouTube-alustalla on nykyään paljon sisällön tuottajia, jotka ansaitsevat pääosan elannostaan tubettamisen mainos- ja yhteistyötuloilla. Tämä on myös oma tavoitteeni, mutta ei missään nimessä mikään itsestään selvyys.

Olen käyttänyt oman YouTube-kanavani kehittämiseksi markkinointia YouTube-kampanjatyökalua hyödyntämällä. Olemme sisällöntuotannon tiimin kanssa jatkuvasti kehittäneet videoita entistä paremmaksi, olemme kokeilleet mm. uu-

denlaisia pikkukuvia ja uudenlaisia tarinankerronta muotoja. Lisäksi olen pyrkinyt kommunikoidaan aktiivisesti yleisön kanssa – rakentaakseni vahvempaa YouTube-brändiä. Alussa jaoin aina uusia YouTube-videoita omilla henkilökohtaisilla somealustoillani hankkiakseni ensimmäisiä näyttökertoja ja reaktioita videoilleni. Kun YouTube-kanavalle on kertynyt omien henkilökohtaisten sometilien seuraajamääriä selvästi suurempi yleisö, ei videoita enää ole kovin merkityksellistä jakaa näillä henkilökohtaisilla sometileillä.

## 9.2 Tubettaminen tulevaisuuden ammattina

Viime vuosikymmenen aikana tubettamisesta on kehittynyt merkittävä ilmiö, ja YouTube-alusta on noussut yhdeksi maailman suosituimmista viestintäkanavista. Tämän aiheen valinta opinnäytetyöni teemaksi oli ajankohtainen, ottaen huomioon, että suomenkielistä tutkimusta ja opinnäytetöitä tubettamisesta on saatavilla vain rajoitetusti. Tubettamisen merkitys kasvaa jatkuvasti, ja se tarjoaa uudenlaisia mahdollisuuksia ammatinharjoittamiseen, erityisesti kun otetaan huomioon työelämän muutokset, digitalisaation edistyminen ja perinteisten fyysisten työpaikkojen määrän väheneminen. Näiden tekijöiden myötä ihmiset etsivät uusia urapolkuja, ja tubettaminen voi tarjota yhden vaihtoehdon tähän tarpeeseen.

YouTube-automaatio tarjoaa edullisen tavan harjoittaa liiketoimintaa ilman, että se vaatii kohtuuttomasti työaikaa. Sen avulla yrittäjät voivat kehittää YouTube-kanaviaan siten, että ne alkavat vähitellen tuottaa mainos- ja yhteistyötuloja, mikä luo perustan pitkäaikaiselle tulonlähteelle. Tämä prosessi mahdollistaa kanavan jatkuvan kasvun ilman merkittäviä alkuinvestointeja, mikä tekee siitä houkuttelevan vaihtoehdon monille yrittäjille. YouTube-kanavan kasvun potentiaali on rajaton, mutta kanavan suosion kasvun saavuttaminen edellyttää yrittäjältä jatkuvaa panostusta, sitoutumista ja valmiutta kehittyä sekä kärsivällisyyttä.

Vaikka YouTube-yrittäjyys tarjoaa houkuttelevia mahdollisuuksia, on tärkeää suhtautua siihen realistisesti, erityisesti taloudellisen riskin osalta. Aloittavan

yrittäjän ei tulisi ottaa yrityslainaa YouTube-kanavansa rahoittamiseksi, sillä liiketoiminnan luonne on aluksi epävarma, ja tulovirrat voivat olla epäsäännöllisiä. Sen sijaan on viisaampaa käydä aluksi töissä ja käyttää palkkatuloista kertyviä ylimääräisiä varoja kanavan kehittämiseen ja kasvattamiseen. Näin yrittäjä voi rakentaa YouTube-kanavansa ilman riskiä velasta.

Tubettamisessa menestyminen on erittäin kilpailtua, mutta kuitenkin mahdollista. Menestymisessä auttaa asiakkaan eli katsojien tarpeiden tiedostaminen, kommunikaatio yleisön kanssa, mielenkiintoiset aiheet ja aidosti laadukkaan sisällön tuottaminen. Tällä opinnäytetyöllä tarjoan mahdollisuuden YouTube:ssa menestymiseen.

Kannustan lämpimästi tulevia opiskelijoita suuntaamaan opinnäytetyönsä tubettamisen pariin, sillä uskon vahvasti, että seuraavien vuosien aikana tulemme näkemään merkittäviä muutoksia sisällöntuotannon kentällä, erityisesti tekoälysovellusten kehittymisen myötä. Tekoälyn integroiminen sisällöntuotantoon ei ainoastaan mullista tapoja, joilla sisältöä luodaan ja muokataan, vaan myös tekee prosessista kustannustehokkaamman. Tämän seurauksena odotan näkeväni tubettajien määrän kasvavan, mikä johtaa yhä suurempaan kilpailuun eri aihepiireistä ja näyttökertojen määrästä.

Tubettamisen jatkuvan kehittymisen myötä, on arvokasta, että muutkin tubettajat osallistuvat keskusteluun ja tuottavat opinnäytetöitä, jotka syventävät ymmärrystämme tubettamisen moniulotteisesta maailmasta. Lisäksi on tärkeää pitää mielessä, että digitaalisen median ympäristö voi muuttua, ja uudet alustat voivat nousta suosioon, mikä voi vaikuttaa tubettamisen asemaan.

## Lähteet

Barnhart, Brent 2024. YouTube analytics: How to analyze your YouTube data. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/youtube-analytics/>. Julkaistu 7.3.2024. Viitattu 13.3.2024.

Bisnes.fi. Toiminimen verotus. <https://bisnes.fi/toiminimen-verotus/#comments>. Viitattu 6.4.2024.

Brown, Liza 2022. How to Communicate with YouTube Subscribers. Filmora. <https://filmora.wondershare.com/more-tips/communicate-with-youtube-subscribers.html>. Julkaistu 11.11.2022. Päivitetty 27.3.2024. Viitattu 2.4.2024.

Capitalize My Title. How Many Words Are in a 10 Minute Long Speech? <https://capitalizemytitle.com/speech-length/10-minutes/>. Viitattu 17.1.2024.

Certum 2020. Fiksu pienyrittäjä tuntee verovähennysvinkit. [https://certum.fi/fiksu-pienyrittaja-tuntee-verovahennysvinkit/?gclid=Cj0KCQiAhc-sBhCEARIsAOVwHuRI94eSkyPjPyAp13-jSPXLonvQnRGlzeJzKOGHey-fHeRaS0\\_sfOQaAhzVEALw\\_wcB](https://certum.fi/fiksu-pienyrittaja-tuntee-verovahennysvinkit/?gclid=Cj0KCQiAhc-sBhCEARIsAOVwHuRI94eSkyPjPyAp13-jSPXLonvQnRGlzeJzKOGHey-fHeRaS0_sfOQaAhzVEALw_wcB). Julkaistu 3.9.2020. Viitattu 2.1.2024.

Duunitori. Tubettaja. <https://duunitori.fi/ammattiopas/markkinointi-mainonta-media-viestinta/tubettaja>. Viitattu 2.4.2024.

Goodrow, Cristos 2021. On YouTube's recommendation system. Youtube. <https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/>. Julkaistu 15.9.2021. Viitattu 2.1.2023.

Google a. Google Ads -opas. [https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=fi&ref\\_topic=10286612&sjid=347724725201839556-EU&visit\\_id=638427315155932803-437692835&rd=1](https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=fi&ref_topic=10286612&sjid=347724725201839556-EU&visit_id=638427315155932803-437692835&rd=1). Viitattu 5.2.2024.

Google b. Kampanjan luominen. YouTube ohjeet. Ohjekeskus. <https://support.google.com/youtube/answer/6078374?hl=fi>. Viitattu 10.3.2024.

Google c. Maksullinen tuotesijoittelu, sponsoroitu sisältö ja suosittelut. YouTube ohjeet. Ohjekeskus. <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=fi#zippy=%2Cn%C3%A4ytt%C3%A4%C3%A4k%C3%B6-youtube-mainoksia-n%C3%A4iden-videoiden-yhteydess%C3%A4>. Viitattu 18.12.2023.

Google d. Videoiden edut. YouTube ohjeet. Sisällöntuottajien vinkit. <https://support.google.com/youtube/answer/13362274?sjid=11109111271457958733-EU>. Viitattu 10.12.2023.

Google e. Videoiden optimointi. YouTube ohjeet. Ohjekeskus. <https://support.google.com/youtube/topic/9257785?sjid=11109111271457958733-EU>. Viitattu 10.12.2023.



Google f. Vinkkejä videoiden editointiin. YouTube ohjeet. Sisällöntuottajien vinkit. <https://support.google.com/youtube/answer/11221953?sjid=11109111271457958733-EU>. Viitattu 10.12.2023.

Google g. Vinkkejä videoiden kuvausten kirjoittamiseen. YouTube ohjeet. Sisällöntuottajien vinkit. <https://support.google.com/youtube/answer/12948449?hl=fi&sjid=11109111271457958733-EU>. Viitattu 23.12.2023.

Hooker, Lucy 2016. How did Google become the world's most valuable company? BBC. Business. <https://www.bbc.com/news/business-35460398>. Julkaistu 1.2.2016. Viitattu 17.1.2024.

Iqbal, Mansoor 2024. YouTube Revenue and Usage Statistics (2024). Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/youtube-statistics/>. Päivitetty 8.1.2024. Viitattu 17.1.2024.

Kankkunen, Oona 2023. Kasvua somesta: kehitä liiketoimintaasi sosiaalisen myynnin avulla. Bonfire Books, Helsinki.

Komulainen, Minna 2023. Menesty digimarkkinoilla 2.0. (3. päivitetty painos). Kauppakamari, Helsinki.

Koskinen, Juha-Antti 2021. MISTÄ IDEOITA YOUTUBE VIDEOIHIN?. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=B5AFxHrQceU>. Julkaistu 4.3.2021. Viitattu 2.4.2024.

Media-Assari 2018. Kuinka tehdä YouTube videoon pikkukuva?. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=s62WI6hWQLw>. Julkaistu 24.7.2018. Viitattu 2.4.2024.

Myra, Nizami 2023. The 19 Most Profitable YouTube Niches. Small Business Trends. [https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand\\_article=1](https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand_article=1)[https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand\\_article=1](https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand_article=1). Julkaistu 6.11.2023. Päivitetty 9.11.2023. Viitattu 27.12.2023.

N8wealth 2023. How to Write Scripts for YouTube Videos. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=thhIUq\\_fevU](https://www.youtube.com/watch?v=thhIUq_fevU). Julkaistu 13.6.2023. Viitattu 17.1.2024.

Pulizzi, Joe & Piper, Brian 2023. Epic content marketing: break through the clutter with a different story, get the most out of your content, and build a community in Web3. McCraw Hill, New York.

Rapila, Senja 2018. Mistä tubettajan tulot koostuvat? Suomalainen Ville, 27, kertoo. Voice.fi. <https://www.voice.fi/ilmiot/a-166398>. Julkaistu 28.8.2018. Viitattu 5.2.2024.

Salo, Immo 2023. Luova tekoäly mullistaa kaiken: ChatGPT näyttää tietä. Kauppakamari.

Side Hustle Culture 2022. Outsourced YouTube Video Scripting | YouTube Automation Series. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hnz5rpiWdjM>. Julkaistu 31.8.2022. Viitattu 2.4.2024.

Socialblade. Top 50 Youtubers. Top 50 subscribed Youtube channels (sorted by subscriber count). <https://socialblade.com/youtube/top/50/mostsubscribed>. Viitattu 18.12.2023.

Spicer, Alan. Top Languages on YouTube [All The Stats!]. <https://alan-spicer.com/top-languages-on-youtube/>. Viitattu 18.3.2024.

Stokel-Walker, Chris 2021. YouTubers: how YouTube shook up TV and created a new generation of stars. Canbury Press. Viitattu 1.3.2024.

Suomi.fi. Toiminimen perustaminen. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yksityinen-elinkeinonharjoittaja/toiminimen-perustaminen>. Päivitetty 8.9.2023. Viitattu 10.12.2023.

The Finnish Investor 2024. The Finnish Investorin oma kokoelma.

Trello. Etusivu. <https://trello.com/fi>. Viitattu 2.4.2024.

Ukko.fi. Toiminimen verovähennykset – Näillä säästät selvää rahaa! <https://www.ukko.fi/yrityksenne/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/verovahennykset-toiminimelle/>. Julkaistu 25.10.2023. Viitattu 20.12.2023.

Van der Ree, Casper 2023. Youtube Automation 2024 "TEAM BUILDING" Step By Step Guide For Beginners. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=64DPFo2gAB4>. Julkaistu 19.4.2023. Viitattu 2.1.2024.

Wong, Belle 2023. Top Social Media Statistics And Trends Of 2023. Forbes Advisor. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>. Päivitetty 18.5.2023. Viitattu 10.12.2023.

YouTube Creators 2021. Colin and Samir Share Tips for Building Community in the Comments. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=V9nByiit66g>. Julkaistu 19.2.2021. Viitattu 10.12.2023.

YouTube Creators 2023. YouTube-kumppaniohjelma: Näin ansaitset rahaa YouTubessa. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=om2WiDsHLso&t=41s>. Julkaistu 10.10.2023. Viitattu 18.12.2023.

Yrittäjä.io 2022. Osakeyhtiön edut ja haitat. <https://yrittaja.io/blogi/2022/11/3/osakeyhtiin-edut-ja-haitat>. Julkaistu 3.11.2022. Viitattu 5.2.2024

Liite 1. A Guide to Successful YouTube Automation (Opas)

THE FINNISH INVESTOR  
NICKE KUUSRAINEN  
MARCH 2024

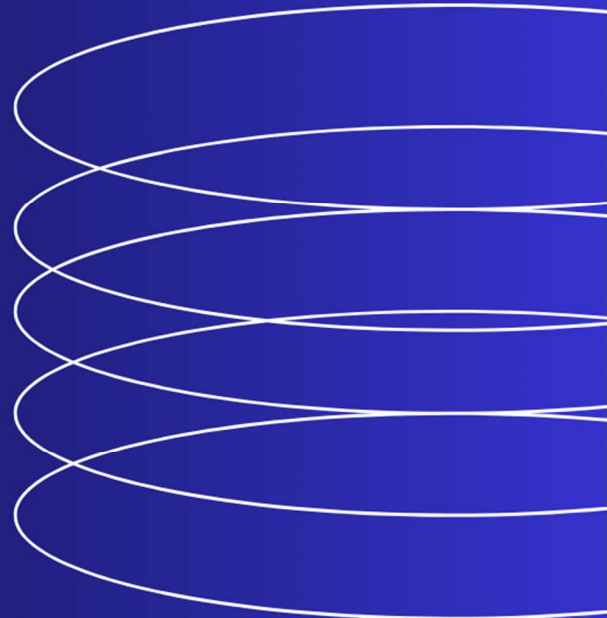
WWW.THEFINNISHINVESTOR.FI

@THEFINNISHINVESTOR

# A Guide to Successful **YouTube** Automation



A STEP-BY-STEP GUIDE  
Starting a new YouTube channel? Find out  
where to begin and how to achieve success.



# Contents

<b>1. What is YouTube Automation</b>	<b>4</b>
<b>2. Starting a YouTube Channel</b>	<b>5</b>
2.1 Idea & Niche	5
2.2 Setting Up the Channel	5
<b>3. Building a Team for YouTube Automation</b>	<b>6</b>
3.1 Script Writer	7
3.2 Voice Over Artist	8
3.3 Video Editor	8
3.4 Thumbnail Designer	9
3.5 Communication	10
<b>4. 7 Steps of a YouTube Video</b>	<b>10</b>
<b>5. Channel Performance</b>	<b>13</b>
5.1 YouTube Analytics	13
5.2 Viewers	14
<b>6. 9-step Improvement Guide</b>	<b>14</b>
<b>7. YouTubing As an Entrepreneur</b>	<b>17</b>
<b>8. Embarking on Your Successful Path</b>	<b>18</b>
<b>References</b>	<b>20</b>

## 1. What is YouTube Automation

YouTube automation is a process where content production is divided among team members, each specializing in their area of expertise, such as scriptwriting, voice acting, video editing, or thumbnail design. This approach allows for efficient and high-quality content production as each team member focuses on their strength. The YouTube automation creator, or channel owner, acts as the team leader, providing guidelines and coordinating the project. Team members are often freelancers working independently for an agreed compensation, offering flexibility for both the creator and the workers.

Team assembly utilizes various freelancer platforms, where service providers can showcase their skills and services. The process begins with registering on such a site, creating a job offer, and searching for suitable professionals. The selection process filters candidates based on their experience and reviews, and during the interview phase, those who best meet the project's requirements are chosen. The goal is to find a cost-effective, skilled team with easy communication and collaboration towards common objectives.

Effective teamwork is key to success in YouTube automation. This is achieved by using communication platforms for group discussions and project management applications to enhance collaboration. For example, Trello is a popular tool that facilitates task distribution, step-by-step work, and attachment of files to projects, thus easing cooperation and goal achievement within the team.

## 2. Starting a YouTube Channel

### 2.1 Idea & Niche

Before embarking on the journey of starting a YouTube channel, the first crucial step is to find your niche. Identifying a niche involves pinpointing a specific topic or area of interest that not only appeals to you but also has a dedicated audience looking for content in that field. This could range from technology, cooking, fitness, to more niche markets like vintage car restoration or urban gardening. The key is to select an area you are passionate about and where you can consistently create engaging and informative content.

A well-defined niche helps in attracting a targeted audience and sets the foundation for building a community around your channel. Having a clear niche helps in developing a strong brand identity, making your channel easily recognizable. When you have found your niche, it's time to start creating your channel.

### 2.2 Setting Up the Channel

The first step in creating a YouTube channel is selecting a suitable name. This name is not just an identifier, but the first impression viewers get of your content, making it a critical element in attracting your target audience. It should be memorable, easy to spell, and reflect the essence of your niche or brand personality. A well-chosen channel name sets the stage for your brand's story and helps in building a connection with potential viewers right from the start.

Once the channel name is decided, the next steps are to design a logo and create a banner for your channel. These visual elements are vital in establishing your channel's brand identity. A logo serves as a visual symbol of

your channel's brand, while the banner acts as a backdrop that welcomes viewers when they visit your channel page. Both should be visually appealing and reflective of the type of content you plan to offer, thereby enhancing brand recognition and consistency across your channel.

After visual branding, it's important to craft a compelling channel description. This can be efficiently done using AI tools like ChatGPT, which can help articulate the mission, content, and what viewers can expect from your channel in a clear and engaging manner. Following the description, setting search engine optimized (SEO) keywords for your channel is crucial. These keywords improve your channel's visibility, making it easier for people to discover your content through search queries. By carefully selecting and incorporating relevant keywords related to your niche, you increase the likelihood of reaching a wider audience interested in your content.

Additionally, you have the option to preset your video uploading preferences, such as the video description and keywords, which streamlines the uploading process. However, it's essential to remember that these presets should be tailored for each video you upload. Customizing the description and keywords for individual videos ensures that your content is accurately represented and optimizes its visibility on YouTube, catering to the unique aspects and target audience of each video.

### **3. Building a Team for YouTube Automation**

With the foundational elements of your automated YouTube channel in place, the next crucial step involves assembling a team of skilled professionals to bring your content to life. This includes finding a scriptwriter who can articulate your ideas into engaging narratives, a voice-over artist to add a dynamic auditory element to your videos, a video editor to ensure your content is polished and professionally presented, and a thumbnail designer to create eye-catching visuals that draw viewers in. These professionals are typically freelancers, offering their services on platforms like Upwork and Fiverr. It's



important to focus on freelancers who not only possess the required skills but also have experience working on similar YouTube projects. Their expertise will be instrumental in creating content that resonates with your audience and meets your channel's quality standards.

In the highly competitive landscape of YouTube, standing out from the crowd is paramount. The quality of your videos needs to surpass that of your competitors, necessitating a team that can produce superior content. Alternatively, tackling topics from unique perspectives or exploring subjects that are underrepresented on the platform can also serve as a differentiation strategy. This approach not only captivates the interest of viewers but also positions your channel as a go-to source for innovative and fresh content. By emphasizing quality and originality, you can carve out a niche for your automated YouTube channel, attracting and retaining a dedicated viewer base amidst the sea of content creators.

When searching for the ideal candidates, prioritize finding freelancers who are not only skilled and highly rated but also native English speakers who each have a proven track record of success, which may be indicated by a “100% job success rate.

### 3.1 Script Writer

Securing a proficient scriptwriter is a critical step in elevating the content quality of your YouTube channel. Initiating this process involves crafting a detailed job advertisement, targeting platforms where freelance talent thrives. While both Upwork and Fiverr are reputable sources for finding freelancers, Upwork comes highly recommended for locating scriptwriters. This platform allows you to sift through a wide array of professionals, enabling you to specify your needs and expectations clearly. The key is to articulate the scope of your project, the nature of your channel, and any specific requirements you have for the scriptwriter in your job posting. This clarity helps

attract candidates who are not only skilled but also aligned with your content creation goals.

Ensure that the individual is capable of producing high-quality scripts that engage your audience and reflect the tone and style of your channel. However, it's essential to balance quality with budget considerations. You want to secure top-tier talent without overspending, so be upfront about your budget constraints in the job listing. Negotiating a fair price that reflects the scriptwriter's expertise while staying within your budget will require open communication and a clear understanding of the value they bring to your channel.

### 3.2 Voice Over Artist

Securing a talented voice-over artist is a critical step in enhancing the quality of your YouTube channel's content. To start, crafting a job advertisement on platforms like Upwork or Fiverr is essential, with a personal nod towards Fiverr as the preferred marketplace for finding voice talent. Voice Over Artist has a unique role to deliver the voice for your channel.

However, while aiming for the best in voice talent, it's important to balance quality with budget constraints. You're seeking value—someone who can deliver exceptional voice-over performance without breaking the bank. To achieve this, diligently review candidates' portfolios, paying close attention to their rates, reviews, and sample works. Negotiating a fair price for both parties can lead to a fruitful partnership that elevates your YouTube channel's content while maintaining financial prudence.

### 3.3 Video Editor

Securing a talented video editor is crucial for the success of your YouTube channel, ensuring that your content is not only visually appealing but also engaging to your audience. The first step in this process is to post a job advertisement on platforms known for connecting freelancers with clients.

While both Upwork and Fiverr offer a vast pool of talent, Upwork comes highly recommended for finding video editors, given its reputation for housing professionals with specialized skills.

In your search, it's essential to evaluate potential hires not just on their ratings but also on tangible evidence of their editing prowess. Request to see examples of their previous work, specifically looking for projects that have contributed to the success of trending YouTube channels with substantial subscriber counts. This will give you insights into their ability to edit videos that resonate with large audiences. However, while aiming for the best, it's important to balance quality with budget considerations. Look for someone who delivers excellent results without exceeding your financial limits, ensuring a beneficial partnership for your YouTube channel's growth.

### 3.4 Thumbnail Designer

Finding an exceptional thumbnail designer is a pivotal step in enhancing the appeal of your YouTube channel. Thumbnails act as the first point of interaction with your audience, making it essential to captivate potential viewers with visually compelling imagery. To initiate this process, creating a job advertisement on platforms tailored for freelance services is recommended. Fiverr, in particular, is suggested for its vast array of creative talents specializing in thumbnail design.

In your search for the right thumbnail designer, it's crucial to assess their portfolio and the impact of their work on other YouTube channels. Ask for examples of previous projects, especially those that have contributed to the growth and popularity of YouTube channels, indicated by a significant subscriber base. This review will give you insight into their ability to create thumbnails that not only draw attention but also encourage clicks. However, while excellence is non-negotiable, it's important to remain budget-conscious. Seek out a designer whose fees align with your financial parameters,

ensuring you receive quality designs without overspending, thus maintaining a balance between cost and quality.

### 3.5 Communication

YouTube automation as a business model thrives on effective teamwork and communication. For seamless collaboration, utilizing a platform like Slack is highly recommended due to its ease of use, cost-effectiveness, and widespread adoption in professional communities. Concurrently, adopting a project management tool like Trello can significantly streamline your workflow, facilitating project-style operations that are essential for managing various aspects of YouTube content creation. Initially, gathering your team for a meeting via Zoom or Teams is a smart move. This not only helps in setting the tone for the project but also in building rapport among team members, which is crucial for a collaborative environment.

Before diving into content creation, it's imperative to establish clear guidelines and deadlines. Setting explicit expectations for team members and defining the project's timeline ensures everyone is aligned with the content production schedule, especially concerning how quickly videos need to be produced and uploaded. Such organization is vital for maintaining a consistent upload frequency, which is key to growing your YouTube channel. Over time, it's beneficial to hold periodic meetings through Zoom or Teams to assess progress, address challenges, and strategize on improving the channel. These discussions can lead to valuable insights and innovations, further enhancing your channel's appeal and viewer engagement.

## 4. 7 Steps of a YouTube Video

### 1. Ideation and Research

- **Brainstorm Content Ideas:** Start by brainstorming ideas that reflect your interests, expertise, and meet the needs of your target audience.

- **Keyword Research:** Keywords are words in YouTube video title and description that are highly searched by internet users. Utilize tools such as Google Keyword Planner, TubeBuddy, or VidIQ to identify keywords your audience is searching for. This is essential for optimizing your content for search engines (SEO).
- **Analyze Competitors:** Examine similar content within your niche to identify successful strategies and uncover opportunities to fill content gaps.

## 2. Script Development

- **Outline Your Video:** Draft a comprehensive outline covering key points you aim to address.
- **Collaboration with Script Writer:** Provide your outline or ideas to the scriptwriter, who will craft an engaging and informative script, incorporating calls to action to encourage viewers to subscribe, like, and comment.
- **Review and Revisions:** Once the script is finalized, review it and request any necessary revisions before handing it over to the voice-over artist. Ensure to compensate your scriptwriter promptly.

## 3. Voice Over

- **Recording:** The selected voice-over artist will record the script. It's likely you chose them for their niche expertise but ensure to communicate any specific requirements beforehand.
- **Review and Finalization:** Review the voice-over and request revisions if needed. After approval, the audio file is forwarded to the video editor, and the artist is compensated.

## 4. Video Editing

- **Content Compilation:** The video editor curates content aligning with the script and voice-over, creating visuals that may include whiteboard animations or relevant footage, along with copyright-free background music if needed.
- **Review Process:** The completed video will be shared for review, where you can suggest revisions. After final approval, compensate your video editor.

#### 5. Thumbnail Design

- **Designing the Thumbnail:** An engaging thumbnail is crucial for standing out and attracting viewers, closely relating to the video's content.
- **Timely Completion:** While the designer can work flexibly, the thumbnail should be ready before the video's upload to YouTube.

#### 6. Uploading to YouTube

- **Video Upload:** While uploading the video on YouTube, fill in the essential details for search engine optimization (SEO), including a catchy title with the best keywords, a detailed description, tags, and the appropriate category, like entertainment. When choosing the keywords, keep in mind that you want to use keywords which are highly searched, but which also have low competition (not used by too many other YouTubers.) Make sure you use an advanced tool for keyword research.
- **Enhancements:** Add the video to playlists for better visibility. Enable subtitles by pasting your video script for accessibility. Set the video to be visible by the time you want to publish it. The best time to publish a video is when your audience is the most active.

#### 7. Video Promotion

- **Social Media Sharing:** Promote your video across social media platforms and engage with your community by responding to comments.

- **Ad Campaign:** For videos with high engagement, consider for an example a Google Ads campaign to maximize impact. Google Ads is a great tool for creating targeted ad campaigns for a wide audience, even with a low budget. Only pursue this for your top-performing content to ensure the best return on investment.

## 5. Channel Performance

### 5.1 YouTube Analytics

To ensure your YouTube video reaches its maximum potential, it's crucial to leverage YouTube Analytics. This powerful tool allows you to track various performance metrics such as watch time, view count, like-dislike ratios, and the pathways through which viewers discover your content. By analyzing these data points, you can gain insights into what resonates with your audience, which topics are more engaging, and how to optimize your video's visibility. Paying close attention to these metrics can help you fine-tune your content strategy, ensuring that your videos are tailored to meet the interests and preferences of your viewers.

The process of creating a high-quality, SEO-optimized video that performs well on YouTube involves meticulous attention to detail at every stage, from ideation and research to promotion and performance tracking. Utilizing the insights gained from YouTube Analytics is an integral part of this process. It not only informs you about the current performance of your videos but also guides you in making informed decisions for future content. By understanding the intricacies of viewer behavior and preferences, you can craft content that not only appeals to your target audience but also aligns with the algorithms that dictate visibility on the platform.

Consistency in content creation and optimization is the cornerstone of building a successful YouTube channel. The journey to growing your channel involves

continuously producing content that your audience finds valuable and engaging, while also applying optimizing your channel and videos with the right keywords. Following the steps outlined, including the strategic use of YouTube Analytics, can significantly enhance your video's performance. Remember, success on YouTube doesn't happen overnight. It requires patience, perseverance, and a commitment to learning and adapting based on performance metrics and viewer feedback. Keep creating, keep optimizing, and most importantly, stay consistent in your efforts to see tangible growth in your channel.

## 5.2 Viewers

Read and respond to the comments below videos. Viewer comments can provide direct feedback on what they liked or disliked and what they want to see more of. You can also use the Community tab to engage with your audience directly and run polls to gather opinions on future content or improvements.

Social media and email feedback: If you promote your videos on social media or through email newsletters, monitor the feedback you receive through these channels as well. Check how people react to your shared videos on social media. Ask for direct feedback in social media platforms.

## 6. 9-step Improvement Guide

### 1. Analyze Your Data

- **Watch Time and Audience Retention:** Identify which videos hold viewers' attention and which ones see a drop-off. Look for patterns in content, video length, or topics that perform well.
- **Traffic Sources:** Understand where your viewers are coming from. Focus on sources that drive the most traffic and optimize your content for those platforms.



- **Engagement Metrics:** Pay attention to likes, comments, and shares. High engagement rates can indicate content that resonates with your audience.
- **Demographics:** Tailor your content strategy based on the age, gender, location, and viewing time preferences of your audience.

## 2. Refine Your Content Strategy

- **Double Down on What Works:** Produce more content similar to your top-performing videos.
- **Experiment with New Ideas:** Based on audience feedback and gaps in your current content strategy, experiment with new video formats, topics, or series.
- **Improve Video Quality:** Invest in better filming equipment, editing software, or even external help like editors or graphic designers to enhance the quality of your videos.

## 3. Optimize for SEO

- **Refine Your Keywords:** Update your keyword strategy based on what has been driving traffic to your videos. Incorporate these keywords into future video titles, descriptions, and tags.
- **Update Old Videos:** Refresh the titles, descriptions, and thumbnails of older videos that are still relevant but underperforming.

## 4. Enhance Viewer Engagement

- **Encourage Viewer Interaction:** Ask questions in your videos, encourage comments, and engage with your audience by responding to comments.

- **Use Calls to Action:** Prompt viewers to like, share, and subscribe to your channel. Direct them to other relevant videos on your channel to increase watch time.

#### 5. Leverage YouTube Features

- **Playlists:** Organize your videos into playlists to increase watch time through binge-watching.
- **Community Tab:** Use the community tab to engage with your audience through polls, text posts, and teasers for upcoming videos.
- **Cards and End Screens:** Incorporate cards and end screens to promote other videos, encourage subscriptions, and keep viewers on your channel.

#### 6. Collaborate with Others

- **Collaborate with YouTubers:** Work with other creators to tap into new audiences. Choose collaborators whose audiences overlap with yours.
- **Guest Appearances:** Appear on podcasts, interviews, or other channels to increase your visibility.

#### 7. Promote Your Channel

- **Social media:** Use social media platforms to share your videos and engage with your community outside of YouTube.
- **Email Newsletters:** If you have an email list, include your videos in your communications to drive additional views.

#### 8. Stay Updated with YouTube Trends and Changes

- **Follow Industry News:** Keep abreast of changes in YouTube's algorithm, features, and best practices to adapt your strategy accordingly.

- **Learn from Others:** Watch successful creators in your niche and beyond to get inspiration and new ideas.

#### 9. Set Goals and Monitor Progress

- **Set Realistic Goals:** Based on your channel's performance, set achievable goals for growth in viewership, engagement, and subscriber count.
- **Regularly Review Analytics:** Continuously monitor your channel's performance against your goals and adjust your strategies as needed.

## 7. YouTubing As an Entrepreneur

YouTube offers entrepreneurs a powerful platform for business growth, personal branding, and global reach. As a key player in digital marketing, it enables direct audience engagement, product showcasing, and community building around brands. Its visual and interactive format allows for content that educates, inspires, and entertains, enhancing credibility and customer trust. Beyond promotion, YouTube can also be a direct revenue source. Its worldwide accessibility expands market exposure, potentially boosting brand awareness, website traffic, and sales. Additionally, YouTube analytics offer insights into viewer preferences, helping entrepreneurs refine their strategies for greater impact.

As a YouTube automation entrepreneur, reducing the expenses associated with freelancer fees and equipment purchases through taxation involves understanding and leveraging tax deductions. In many countries, expenses incurred in the process of generating income can be deducted from your taxable income, effectively lowering the amount of tax you owe. This principle applies to both freelancer fees and purchases of work-related equipment.

Venturing into YouTube also comes with its set of challenges. Having videos that stand out in a crowded marketplace demands creativity, technical skills, constant improvement, and a deep understanding of your target audience.

Growing a substantial, engaged YouTube audience takes time, requiring persistence, patience, and flexibility in strategy. YouTubers must also navigate algorithm shifts that can impact visibility and earnings and handle negative feedback with resilience and professionalism.

In conclusion, YouTubing as an entrepreneur presents a blend of opportunities and challenges. While it offers a powerful platform for brand building, audience engagement, and income generation, it also demands a significant investment of time, resources, and resilience. Success on YouTube is not just about creating content but about creating value for your audience, understanding the platform's intricacies, and continually evolving with the digital landscape. For those willing to navigate its complexities, YouTube can be an invaluable asset in their entrepreneurial journey.

## **8. Embarking on Your Successful Path**

As we draw this guide to a close, we, The Finnish Investor, want to extend our deepest gratitude for embarking on this journey through the realms of YouTube automation with us. Hailing from Finland, our company stands at the forefront of YouTube automation, a testament to our dedication and expertise in this innovative field. Our journey into the world of YouTube automation has been underpinned by an extensive online course, thorough research, and hands-on experience managing multiple YouTube channels. This multifaceted approach has equipped us with a unique blend of knowledge and insights, which we've aimed to share comprehensively throughout this guide.

Our expertise in YouTube automation is not just theoretical but deeply rooted in practical application and constant learning. The strategies, tips, and insights presented in this guide are born out of real-world experiences and success stories from our own endeavors on YouTube. We've navigated the complexities of content creation, team management, and channel optimization, all while keeping abreast of the ever-evolving digital landscape that YouTube inhabits. This guide serves as a distillation of our learnings, designed to equip

you, our valued reader, with the knowledge and tools necessary to thrive in the competitive space of YouTube.

As you embark on your successful path, remember that YouTube automation is a journey of continuous growth and learning. The digital landscape is perpetually shifting, with new trends, algorithm updates, and viewer preferences emerging regularly. Staying informed, adaptable, and resilient in the face of challenges will be key to your success. We, The Finnish Investor, remain committed to our mission of sharing knowledge and fostering success within the YouTube automation community. Should you ever seek further guidance or wish to deepen your understanding of YouTube automation, know that our doors are always open. Together, let's navigate the exciting possibilities that YouTube offers, transforming creative visions into tangible successes on this global platform.

## References

Barnhart, Brent 2024. YouTube analytics: How to analyze your YouTube data. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/youtube-analytics/>.

Brown, Liza 2022. How to Communicate with YouTube Subscribers. Filmora. <https://filmora.wondershare.com/more-tips/communicate-with-youtube-subscribers.html>.

Eves, Derral & Parks, Tom 2022. YouTube Formula: How Anyone Can Unlock the Algorithm to Drive Views, Build an Audience, and Grow Revenue. Ascent Audio. O'Reilly Media.

Goodrow, Cristos 2021. On YouTube's recommendation system. Youtube. <https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/>.

Myra, Nizami 2023. The 19 Most Profitable YouTube Niches. Small Business Trends. [https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand\\_article=1](https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand_article=1)[https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand\\_article=1](https://smallbiztrends.com/2023/11/youtube-niches.html?expand_article=1).

Pulizzi, Joe & Piper, Brian 2023. Epic content marketing: break through the clutter with a different story, get the most out of your content, and build a community in Web3. McCraw Hill, New York.

Side Hustle Culture 2022. Outsourced YouTube Video Scripting | YouTube Automation Series. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hnz5rpiWdjM>.

Stokel-Walker, Chris 2021. YouTubers: how YouTube shook up TV and created a new generation of stars. Canbury Press.

Van der Ree, Casper 2023. Youtube Automation 2024 "TEAM BUILDING" Step By Step Guide For Beginners. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=64DPFo2gAB4>.

YouTube Creators 2021. Colin and Samir Share Tips for Building Community in the Comments. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=V9nByiit66g>.