

YouTube-канал «Рыбалка на Ауре»

Обновлённый план для съёмочной команды · версия 2 · правки под бизнес-метрики
Турбаза «Аура», Калужская область · aura-riverside.ru

Что изменилось в v2

- 1. Названия видео переписаны: бренд «Аура» убран из начала — для поиска YouTube важнее запрос, а не имя базы
- 2. Добавлена сквозная система трекинга: UTM-метки + промокод YOUTUBE10 + отдельный коллтрекинговый номер
- 3. Добавлен раздел KPI и сроков — честная картина по месяцам, чтобы не разочароваться через 30 дней
- 4. Расширены требования к описаниям (500–1500 знаков с главами) и добавлен шаблон первых 15 секунд видео
- 5. Добавлен этап «анализ конкурентов» перед стартом съёмок

1. Концепция канала

Параметр	Значение
Название канала	«Рыбалка на Ауре Калужская область»
Слоган	«2 часа от Москвы — и ты у озера»
Стиль	Честный рыболовный канал без глянца: реальная рыбалка, реальный улов, баня вечером
ЦА	Мужчины 30–55 лет, Москва и Подмосковье, ищут выезд с ночёвкой
Главный хук	«Посмотри — и сразу понятно, стоит ли ехать»
Конверсия	Ссылка с UTM в описании каждого видео + промокод YOUTUBE10

2. Настройка канала

день 1–2

- Email: `aura.fishing.kaluzhskaya@gmail.com` (или похожий)
- Название: «Рыбалка на Ауре»
- Описание канала (200 слов): озеро, виды рыб, условия, маршрут из Москвы, ссылка на бронь
- Обложка: фото озера + удочка + текст «Рыбалка 2 часа от Москвы»
- Ссылки в шапке: `aura-riverside.ru`, WhatsApp, @dcordonriver
- Закреплённое: Видео 1 (обзор базы)

НОВОЕ

Перед стартом — анализ конкурентов (1 день)

Поискать на YouTube: «рыбалка Калужская область», «рыбалка Подмосковье с ночёвкой», «карп

платник Москва».

Зафиксировать в таблицу 5–10 каналов: подписчики, средние просмотры, форматы, что снимают, чем берут. Найти gap (то, чего не делают — например, никто не показывает баню + рыбалку как пакет).

3. Контент-план — первые 12 видео

Снимать по очередности. Каждое видео = 1 выезд + 2 Shorts из нарезки. **Названия — новые, оптимизированы под поиск.**

Видео 1 — Обзор базы **первое, закрепить**

Название v2 «Рыбалка с ночёвкой в 2 часах от Москвы — обзор турбазы | Аура»

v1: «Рыбалка на Ауре — что за место, какая рыба, как добраться из Москвы»

Формат: экскурсия по территории. 7–10 минут. Финал: «Ссылка на бронирование в описании».

Видео 2 — Первая реальная рыбалка

Название v2 «Карп на платнике в Калужской области — первая реальная рыбалка | Аура»

Утренняя рыбалка, 8–12 мин монтаж. Рассвет, заброс, поклёвка, вываживание, улов крупным планом. Финал: «Вечером — баня».

Видео 3 — Баня после рыбалки

Название v2 «Рыбалка + баня на дровах — выходные в Калужской | турбаза Аура»

Влог 5–8 мин. Продаёт пакет «рыбалка + баня» — самый популярный.

Видео 4 — Информационное (SEO)

Название v2 «Какая рыба водится в озёрах Калужской области — карп, карась, щука»

Говорящая голова у воды + показ. 5–7 мин. Цель: захватить поисковый трафик «какая рыба в [регион]».

Видео 5 — Влог на выходные **главное конверсионное**

Название v2 «Выходные на рыбалке в 2 часах от Москвы — 2 дня на турбазе | Аура»

Хронология пт → вс, 10–15 мин. Дорога, заезд, рыбалка, ночь, завтрак, отъезд. Финал: цена + ссылка на бронь.

Видео 6 — Ночная рыбалка

Название v2 «Ночная рыбалка на карпа в Калужской области | турбаза Аура»

Съёмка с фонарём, 8–10 мин. Огромный отдельный сегмент поиска.

Видео 7 — Зимняя рыбалка **снять зимой**

Название v2 «Зимняя рыбалка на льду в Калужской области — первый лёд | Аура»

Декабрь–февраль. Контент живёт годами.

Видео 8 — Дискуссионное

Название v2 «Платная рыбалка или дикая — что выбрать? Честный разбор рыбака»

Разговорное видео, 6–8 мин. Хорошо набирает комментарии — алгоритмический сигнал.

Видео 9 — Семейный влог

Название v2 «Первая рыбалка с ребёнком — куда поехать с детьми из Москвы»

Расширяет ЦА на семьи — второй по важности сегмент после мужской аудитории.

Видео 10 – Отзыв гостя

Название v2 «Рыбаки о турбазе в Калужской – живые отзывы с берега»

Интервью 2–3 мин на берегу. Социальное доказательство = самый конверсионный контент.

Видео 11 – Снасти и советы

Название v2 «Что взять на карповую рыбалку – снасти и советы для платника»

Показ снастей у воды, 5–7 мин. SEO под «что взять на рыбалку».

Видео 12 – Shorts **параллельно с каждым основным**

Шаблоны названий: «Карп 5 кг – поклёвка #shorts», «Рассвет на озере 5:30 утра #shorts», «Зашёл в воду – а там... #shorts».

Вертикалка 30–60 сек. Алгоритм Shorts отличается от обычного – Shorts даёт быстрый трафик в первые 2–3 недели.

4. Съёмка

Техника

- Телефон iPhone 13+ или Android-флагман
- Горизонталь для основных видео, вертикаль для Shorts
- Штатив — обязательно для рассвета и ночи
- Петличный микрофон 500–1500 ₽ (Wildberries) — голос важнее картинки

Чеклист на каждом выезде

- Панорама озера (30 сек)
- Момент заброса
- Поклёвка крупным планом (снимать кончик удочки)
- Вываживание — не упускать момент
- Рыба в руках горизонтально, показать размер
- Снасти и насадка
- Берег, лес, атмосфера
- Живая реакция рыбака (лицо в кадре)
- Баня/вечер если ночёвка

Что говорить на камеру

- Называй действие: «Ставлю карповую оснастку, глубина 2 метра»
- Называй место: «Турбаза Аура, Калужская область»
- Реагируй честно: радость или «сегодня не клевало — бывает»
- В конце: «Ссылка на бронирование в описании»

НОВОЕ

Первые 15 секунд (хук)

Главный фактор удержания на YouTube. Шаблон каждого видео:

1. **Кадр-крючок 2–3 сек:** рыба в руках / поклёвка / рассвет
2. **Вопрос или утверждение 3–5 сек:** «Стоит ли ехать на эту базу?» / «Поймал карпа 5 кг за час»
3. **Обещание 3–5 сек:** «Покажу всё как есть — решите сами»
4. **Микро-СТА 2 сек:** «Подпишись, если зашло» + переход к содержанию

Без хука зритель уходит за 10 секунд. Без удержания YouTube перестает рекомендовать видео.

Частота

- Минимум: 1 выезд = 1 видео + 2 Shorts
- Идеально: 2 видео/мес первые 3 месяца, далее 1 видео/неделя

5. SEO для каждого видео

Шаблон названия v2

[Ключевой запрос] + [Регион] + [Формат] | Аура

Бренд «Аура» — в конце через разделитель. На старте никто не ищет «Аура»; видео должно ловиться по «каarp платник Калужская», «рыбалка с ночёвкой Москва», «ночная рыбалка карп».

Расширенный шаблон описания (500–1500 знаков)

Первые 2 строки (видны до «Ещё»):

Рыбалка на турбазе Аура, Калужская область — 2 часа от Москвы.

Бронирование: [aura-riverside.ru/?](https://aura-riverside.ru/?utm_source=youtube&utm_medium=video&utm_campaign=fishing&utm_content=video1)

[utm_source=youtube&utm_medium=video&utm_campaign=fishing&utm_content=video1](https://aura-riverside.ru/?utm_source=youtube&utm_medium=video&utm_campaign=fishing&utm_content=video1) · WhatsApp: [номер]

Далее в описании:

В этом видео: [2–3 предложения о происходящем, с ключевыми словами «каarp», «платная рыбалка», «Калужская область»]

Главы (тайм-коды) — YouTube любит главы, показывает их в превью:

00:00 Что за место

01:30 Виды рыб и сезоны

04:00 Первый улов

07:20 Как доехать

09:10 Цены и бронирование

 Турбаза Аура, Калужская область

 Рыба: карп, карась, щука, окунь

 Размещение: домики, номера ·  Баня и купель

 Бронирование: [телефон]

 Промокод **YOUTUBE10** — 10% скидка зрителям канала

#рыбалка #калужскаяобласть #рыбалкасноч вкой #турбаза #каarp

Базовые теги (копируются в каждое видео)

рыбалка, рыбалка Калужская область, рыбалка 2 часа от Москвы, рыбалка с ноч вкой, турбаза
рыбалка, платная рыбалка, карп, карась, щука, рыбалка на озере, рыбалка Подмосковье, отдых на
природе рыбалка, рыбалка база отдыха

6. Как видео превращается в бронирование

Точка	Действие
-------	----------

1-я минута видео	Устно: «Ссылка на бронирование — в описании, промокод YOUTUBE10»
Последние 30 сек	Показать базу + назвать сайт и телефон
Описание	Телефон, сайт с UTM, промокод — в первых 2 строках
Закреплённый комментарий	«Бронирование: aura-riverside.ru · WhatsApp · промокод YOUTUBE10»
Конечная заставка	Кнопка «Забронировать» = ссылка на сайт (последние 20 сек)

НОВОЕ

Трекинг конверсии

Без этого через 3 месяца невозможно ответить на вопрос «работает ли YouTube».

- **UTM-метки** на каждой ссылке в описании. Формат: ?
utm_source=youtube&utm_medium=video&utm_campaign=fishing&utm_content=video1 —
меняем content на номер видео
- **Промокод YOUTUBE10** — 10% скидка при упоминании на бронировании. Все брони с этим промокодом = от YouTube
- **Колтрекинг** — отдельный телефон только в описаниях YouTube (Calltouch, UIS, Манго). Все входящие на него = от YouTube
- **Метрика** — настроить цель «бронирование» в Яндекс.Метрике, чтобы видеть UTM-конверсии

7. **НОВОЕ** KPI и реалистичные сроки

Главное: YouTube — это инвестиция в долгий поисковый трафик. Бронирования начинаются на 3–6 месяце, не раньше. Не разочароваться через 30 дней — половина успеха.

Период	Цель	Метрики	Бронирования
0–3 мес вложение	12 видео + Shorts, отладить хук и описания, найти свой формат	500–1000 подписчиков 40–60 тыс просмотров суммарно CTR превью >4% Удержание >50%	0–2 в месяц (не считать как KPI)
3–6 мес первые продажи	Системный график, продолжение, повышение удержания	2–4 тыс подписчиков 150–300 тыс просмотров трафик с поиска YouTube	2–8 в месяц с YouTube
6–12 мес органика	Канал стал каналом продаж, видео работают годами	5–10 тыс подписчиков 500к+ просмотров суммарно стабильный поисковый трафик	10–25 в месяц с YouTube

Ежемесячный отчёт

- Просмотры, подписчики, CTR превью, среднее удержание
- Клики по UTM-ссылкам (Метрика)
- Звонки на коллтрекинг-номер
- Бронирования с промокодом YOUTUBE10
- ROI: выручка с YouTube / время и деньги на съёмку

8. Первые 30 дней — план действий

Неделя 1

- Создать канал, оформить шапку и описание
- Анализ конкурентов (1 день)
- Настроить UTM, промокод YOUTUBE10, коллтрекинг-номер
- Снять Видео 1 (обзор базы) — самое важное
- Опубликовать Видео 1, закрепить на канале

Неделя 2

- Снять Видео 2 (первая реальная рыбалка)
- Нарезать 2 Shorts из Видео 2
- Опубликовать Видео 2 + 2 Shorts

Неделя 3

- Снять Видео 3 (баня после рыбалки)

Неделя 4

- Опубликовать Видео 3 + Shorts
- Ответить на все комментарии под Видео 1 и 2
- Снять Видео 5 (выходные — главное конверсионное)
- Репост в TG-канал @dcordonriver
- Первый отчёт: просмотры, удержание, CTR, клики по UTM

9. Чего не делать

- Не снимать видео без реальной рыбалки — аудитория распознаёт постановку мгновенно
- Не гнаться за качеством монтажа первые 3 месяца — важна регулярность, а не красота
- Не удалять видео с плохим уловом — честность = доверие = бронирование
- Не покупать просмотры и подписчиков — YouTube банит, аудитория чувствует
- Не ждать 1000 подписчиков — органика стартует через поиск с первых видео
- Не снимать без петличного микрофона — плохой звук = низкое удержание
- **Не ставить бренд «Аура» в начало названия** — на старте никто не ищет бренд
- **Не оценивать канал через 30 дней по бронированиям** — это убьёт мотивацию (см. раздел 7 KPI)

10. Контакты для координации

Телефон для бронирования	_____
Коллтрекинг-номер (только для YouTube)	_____
Сайт	aura-riverside.ru
Telegram-канал	@dcordonriver
Ответственный за съёмку	_____
Ответственный за загрузку и SEO	_____
Ответственный за отчёт и метрики	_____