अपना ब्रैंड तय करें - ब्रैंडिंग और कारोबार के हुनर

मालिकाना हक + गोपनीय

रीकैप

पिछली वर्कशॉप में हमने इनके बारे में बातचीत की:

अपने दर्शकों को समझें और पहचानें

अपना डिवाइस सेटअप करें

कॉन्टेंट फ़ॉर्मैट एक्सप्लोर करें और कॉन्टेंट बनाएं

पैकेज

पब्लिश

मालिकाना हक + गोपनीय

एजेंडा

01 कॉन्टेंट प्रमोट करें

02 चैनल की ब्रैंडिंग

अहम जानकारी:

- इस सेशन की सभी जानकारी, **जानकारी दूसरों को न बताने के समझौते (एनडीए)** के दायरे में आती है साथ ही, इस ग्रुप के पास इसका मालिकाना हक है
- यह जानकारी **इस ग्रुप के बाहर शेयर नहीं की जा सकती**

धन्यवाद!

YouTube

एजेंडा

- ब्रैंडिंग क्या होती है?
  - ब्रैंडिंग से जुड़े कॉन्सेप्ट
  - ब्रैंडिंग से जुड़ी रणनीति
- आपको ब्रैंड बनाना है
  - ब्रैंडिंग डिज़ाइन की गाइड
  - कम्यूनिटी बनाना
- री-ब्रैंड कब करें

रीकैप और होमवर्क

मकसद

- **ब्रैंडिंग की परिभाषा और ब्रैंड बनाने से जुड़ी बेसिक जानकारी** के बारे में जानें
- YouTube पर **ब्रैंड बनाने के छह कारगर तरीकों** के बारे में जानें
- अपना चैनल बनाते समय, **डिज़ाइन से जुड़ी बुनियादी बातों** को समझें
- एक ब्रैंड के तौर पर, **अपनी कम्यूनिटी बनाने और उससे जुड़ने** के बारे में जानें
- जानें कि **अपने चैनल को कब रीब्रैंड करना चाहिए** और इसे कैसे किया जा सकता है

यह क्यों ज़रूरी है: आपका चैनल आपका कारोबार है

- दर्शकों को **एक जैसा मैसेज देने के लिए**, ब्रैंडिंग बहुत ज़रूरी है
- सही जानकारी के साथ की गई ब्रैंडिंग, आपको एक क्रिएटर के तौर पर, **लोकप्रिय बना सकती है.** साथ ही, आपके कॉन्टेंट को **ज़्यादा से ज़्यादा दर्शकों तक पहुंचाने में मदद कर सकती है**
- **बेसिक डिज़ाइन**, किसी भी क्रिएटिव प्रोसेस के लिए बहुत अहम होती है. इसलिए, यह समझना ज़रूरी है कि बेसिक डिज़ाइन में कौनसी चीज़ें काम करेंगी और कौनसी नहीं
- अपने ब्रैंड को भीड़ से अलग दिखाकर अपनी कम्यूनिटी के साथ जुड़ें. **इससे उनका भरोसा हासिल किया जा सकता है**
- यह जानना कि **कब और कैसे,अपने ब्रैंड को आगे बढ़ाना है**. इससे आपको लंबे समय तक सफल होने में मदद मिल सकती है

मालिकाना हक + गोपनीय

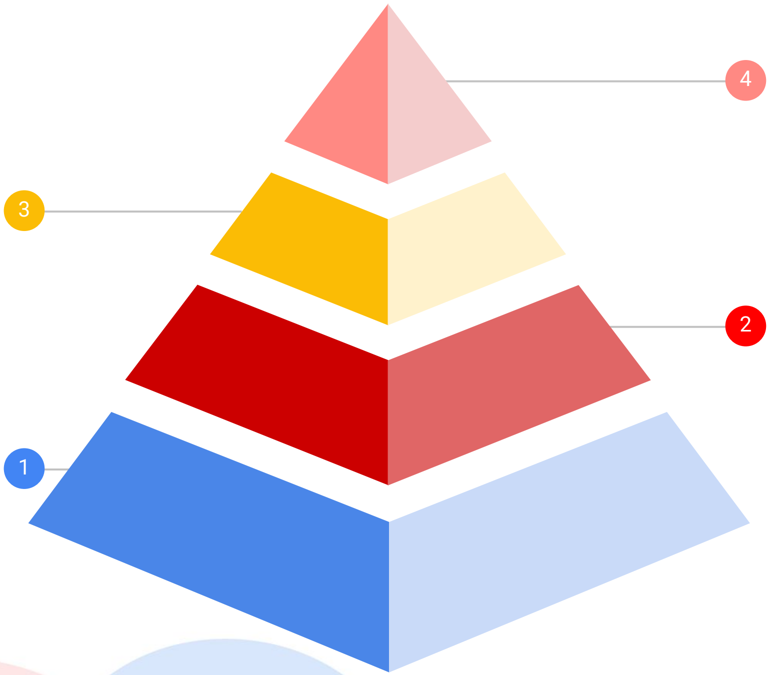
परिचय

"जो कुछ कहा और किया जाता है और जो कुछ नहीं कहा और किया जाता है, उसके बारे में लोगों को पता चलता है. पूरी तरह से पता चलता है. अलग-अलग पहलुओं को देखें और फिर उन्हें आपस में जोड़ें... यह आपकी ब्रैंड स्टोरी है."

पीटर इक्नोमाइड्स - ब्रैंडिंग इवैंजलिस्ट

परिचय

आपके ब्रैंड का सफ़र और उसके आगे बढ़ने के अलग-अलग पड़ाव



संबंध

क्या आपके दर्शक प्रशंसक बन सकते हैं?

ऐसा क्या करें जिससे आपके दर्शक या प्रशंसक आपके ब्रैंड को पसंद करें और आपका ही ब्रैंड इस्तेमाल करें?

प्रतिक्रिया

आपके दर्शक क्या महसूस करते हैं?

क्या आपका ब्रैंड आपके दर्शकों को भावनात्मक रूप से जोड़कर उन्हें बेहतर महसूस कराता है?

मतलब

आपके बारे में जानकारी?

आप खास क्यों हैं? आपकी **खास बात क्या है**?

पहचान

आप कौन हैं?

अपने ब्रैंड के बारे में साफ़ तौर पर बताएं. साथ ही, यह भी जानें कि लोग आपके ब्रैंड के बारे में क्या सोचते हैं.

YouTube

परिचय

ब्रैंड बनाना: ब्रैंडिंग के सिद्धांत

1

मौजूद रहें

चुप रहने से बचें

2

एक जैसा अंदाज़ बनाकर रखें

नए अवसरों को भी आने दें

3

अलग दिखें

कुछ अलग हटकर काम करें और लोगों का ध्यान खींचें

4

अपनी पसंद के मुताबिक काम करें

काम आने वाली ट्रिक का इस्तेमाल बार-बार करें.

5

यूनीक एसेट बनाएं

अलग अंदाज़ अपनाएं

6

यादगार पैटर्न बनाएं

अपने व्यवहार को याद रखने लायक बनाएं

अपना चैनल डिज़ाइन करें

अपना चैनल डिज़ाइन करें

डिज़ाइन से जुड़े सिद्धांत

रंग

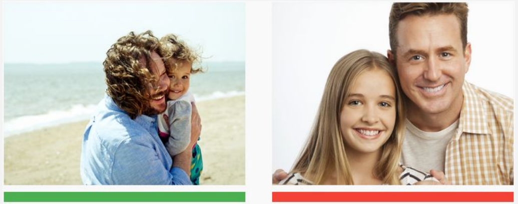
500 रंगों को प्राइमरी और अन्य को एक्सेंट के रंगों के तौर पर इस्तेमाल करें. प्राइमरी पैलेट से तीन और सेकेंडरी पैलेट से एक ऐक्सेंट के रंग चुनें.

Example of a primary color palette

Example of a secondary palette

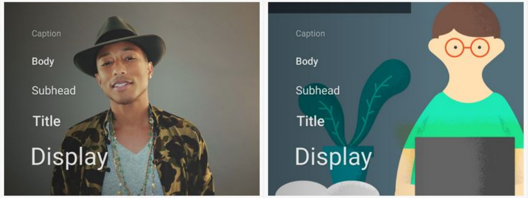
तस्वीरें

आसानी से समझ में आने वाले एलिमेंट के साथ, सामान्य इमेज का इस्तेमाल करें. स्टॉक फ़ोटो का इस्तेमाल करने से बचें. बनावटी इमेज से बचें.



टाइपोग्राफ़ी

बहुत सारे अलग-अलग साइज़ और स्टाइल इस्तेमाल करने से, कोई भी लेआउट खराब हो सकता है. टेक्स्ट का रंग बैकग्राउंड के रंग से मिलता-जुलता हो, तो उसे पढ़ने में दिक्कत होती है. बहुत ज़्यादा कंट्रास्ट वाले टेक्स्ट को पढ़ना भी मुश्किल हो सकता है. खास तौर पर, यह गहरे रंग वाले बैकग्राउंड पर हल्के रंग के टेक्स्ट के लिए सही है.



Contrast over image

Contrast over illustration

मालिकाना हक + गोपनीय

अपना चैनल डिज़ाइन करें

आइकॉन

फ़ोटो वाला आइकॉन:
एक साधारण से पोर्ट्रेट को चैनल के आइकॉन के तौर पर इस्तेमाल किया जा सकता है

ब्रैंड वाला आइकॉन:
बिना होस्ट वाले चैनल के लिए, चैनल के नाम का इस्तेमाल करें

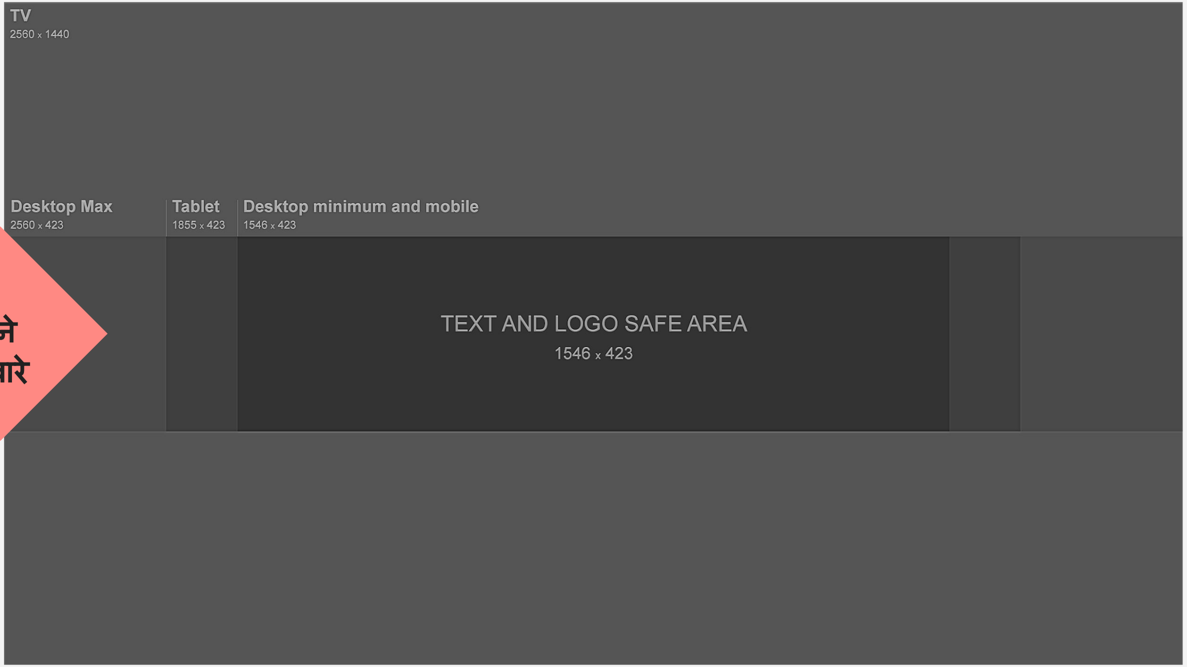
लोगो वाला आइकॉन:
आसानी से पहचाने जा सकने वाले, साधारण से लोगो से शुरुआत की जा सकती है

मालिकाना हक + गोपनीय

अपना चैनल डिज़ाइन करें

बैनर

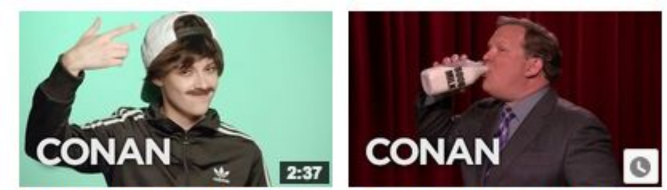
पक्का करें कि आपका बैनर, YouTube से जुड़ी खास जानकारी के मुताबिक ऑप्टिमाइज़ किया गया हो. साथ ही, आपने ब्रैंड की खूबसूरती और चैनल के विषय के बारे में बताया हो.



अपना चैनल डिज़ाइन करें

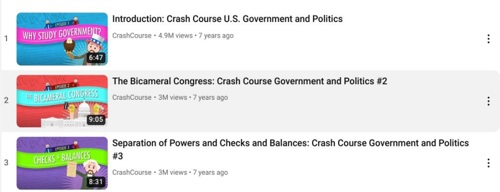
कस्टम थंबनेल इमेज

सामान्य



सामान्य से बेहतर

बेहतर



YouTube

मालिकाना हक + गोपनीय

वीडियो के नाम और YouTube में मौजूद सुविधाएं

वीडियो के नामों को एक जैसे फ़ॉर्मेट में रखकर, अपने ब्रैंड को एक जैसा रखा जा सकता है...

...साथ ही, YouTube में मौजूद सुविधाओं का इस्तेमाल किया जा सकता है

अपनी कम्यूनिटी बनाना

मालिकाना हक + गोपनीय

अपनी कम्यूनिटी बनाना

ब्रैंड से जुड़ी कम्यूनिटी बनाना

खास बात

सबसे पहले, बताएं कि आपका ब्रैंड क्या है और क्या नहीं है

चैनल

यह बताएं कि दर्शकों से जुड़ने के लिए, क्या तरीका इस्तेमाल किया जाएगा

दिलचस्पी

अपनी कम्यूनिटी के साथ जुड़ें

सुखद एहसास

सदस्य/टियर को मिलने वाले फ़ायदे तैयार करें

आनंद

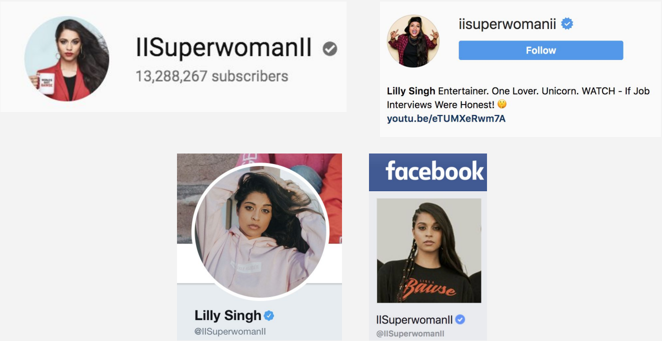
आगे बढ़कर और हटकर काम करें

मालिकाना हक + गोपनीय

ब्रैंड से जुड़ी कम्यूनिटी बनाना

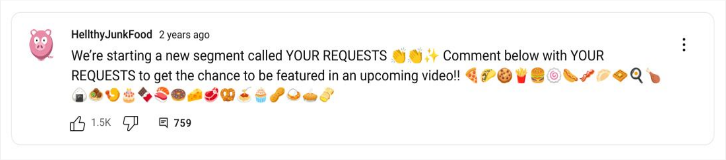
अपने चैनलों का अंदाज़ तय करें

मीडिया के जिन तरीकों की मदद से, दर्शकों के साथ इंटरैक्शन किया जा रहा हो उन पर हमेशा उपलब्ध रहें. साथ ही, सही तरीके से जुड़ने के लिए, हर तरीके का इस्तेमाल करें.



अपनी कम्यूनिटी के साथ जुड़ें

अपने प्रशंसकों को बताएं कि उन पर ध्यान दिया जा रहा है.

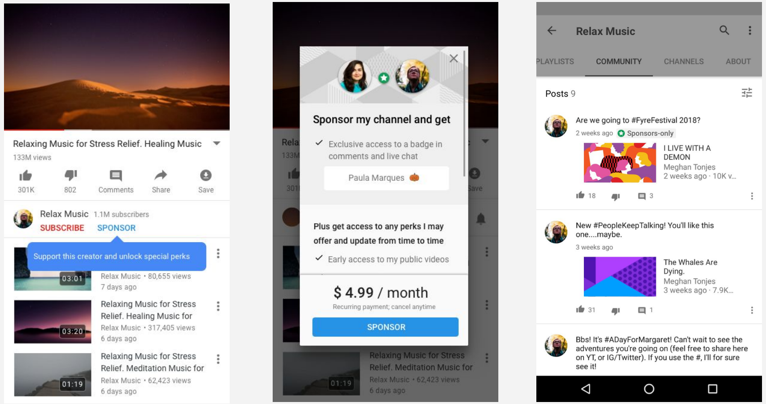


अपनी कम्यूनिटी बनाना

ब्रैंड से जुड़ी कम्यूनिटी बनाना

सुखद एहसास का माहौल बनाएं

पैसे चुकाकर ली जाने वाली सदस्यता के फ़ायदे देना, अपने प्रशंसकों के ग्रुप को निकनेम देना वगैरह, भरोसा बनाने के कुछ बेहतरीन तरीके हैं.



आगे बढ़कर और हटकर काम करें

ब्रैंड मर्चंडाइज़ या चल रहे इवेंट की मदद से, अपने प्रशंसकों को <u>खुश करें</u>.

री-ब्रैंड कब करें

रीब्रैंड कब करें

खुद की री-ब्रैंडिंग करने का कब सोचें

- जब आपको अपने **कॉन्टेंट के फ़ॉर्मैट को और बढ़ाना हो और/या जब आपका मकसद पीछे छूट गया हो, तब री-ब्रैंड किया जा सकता है**.
- जब **वीडियो देखने का कुल समय और व्यू** 365 दिनों से कम हो.
- **गलत इमेज से जुड़ने पर** री-ब्रैंड किया जा सकता है.
- **जब आपको अलग तरह के दर्शक तक पहुंचना हो**, तब री-ब्रैंड किया जा सकता है.
- जब आपके **क्रिएटिव फ़ॉर्मैट** को पूरी साइट के लिए अस्वीकार कर दिया गया हो.
- जब **टिप्पणियों** में यह सुझाव दिया जाता हो कि कुछ और करने का समय है.

रीब्रैंड कब करें

ऐक्शन प्लान

- अपना ब्रैंड बनाएं: मिशन स्टेटमेंट (मकसद की जानकारी) या सामान्य निर्देश.
- अपना पसंदीदा क्रिएटर चुनें और तीन वजह बताएं कि वह अलग क्यों है. अपना ब्रैंड बनाते समय, कौनसी बातें इस्तेमाल की जा सकती हैं?
- अपने ब्रैंड का डिज़ाइन बनाएं:
  - कोई कलर स्कीम चुनें: शैली या पसंद के मुताबिक
  - कोई फ़ॉन्ट चुनें: मुफ़्त में Google Fonts से
  - लोगो बनाएं: भले ही वह आपका चेहरा हो!

1

एक चैनल या
एक से ज़्यादा चैनल

रीे-ब्रैंड कब करें

एक चैनल या एक से ज़्यादा चैनल होने पर क्या होता है

एक से ज़्यादा चैनल होने की वजहें

- **एक से ज़्यादा ब्रैंड और उनसे जुड़े दर्शक बनाए रखें**
- **अलग तरह का कॉन्टेंट - अलग तरह के दर्शकों को टारगेट करता है, जैसे कि गंभीर बनाम मज़ाक़िया, वयस्क बनाम युवा वगैरह.**
- ज़्यादा कॉन्टेंट अपलोड करने की वजह से, **एक जैसे बहुत सारे कॉन्टेंट से तब बचा जा सकता है,** जब कॉन्टेंट को अलग-अलग कैटगरी में बांटने की सुविधा हो

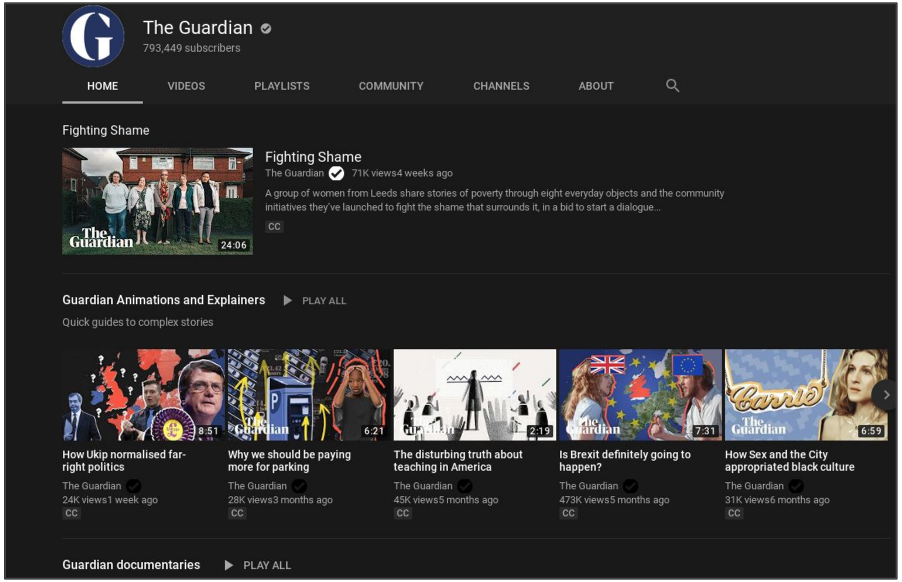
एक से ज़्यादा चैनल न होने की वजहें

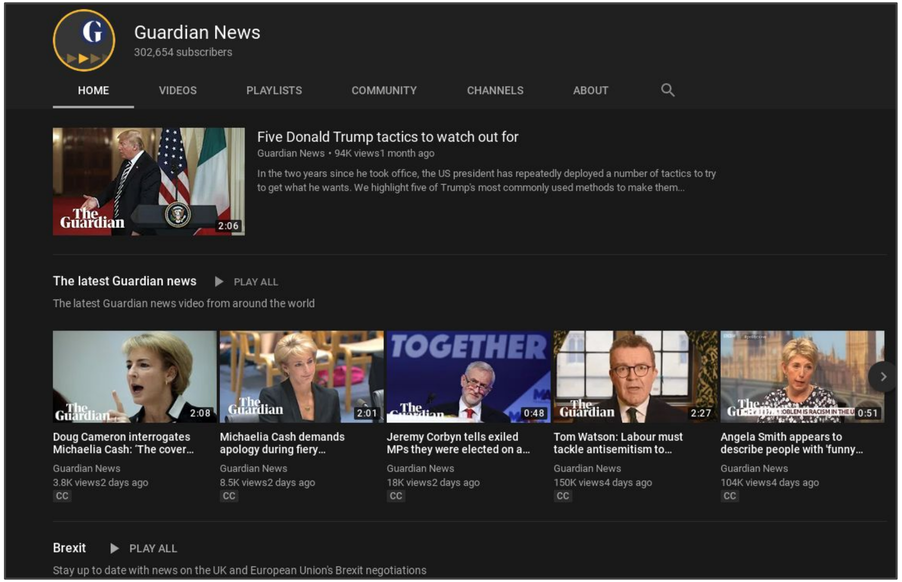
- **बहुत ज़्यादा काम!**
  - दो अलग, लेकिन एक-दूसरे से जुड़े चैनलों को **मैनेज करना मुश्किल है**
  - दोनों चैनलों को, ताज़ा-तरीन और काम का बनाए रखने के लिए, **ज़्यादा कॉन्टेंट की ज़रूरत पड़ती है**
- **आपके दर्शकों को** दो चैनलों के बीच बांट देता है
- **एक बड़े चैनल पर, वीडियो अपलोड करने की तय स्पीड हासिल करना** आसान हो सकता है

YouTube

रीी-ब्रैंड कब करें

एक से ज़्यादा चैनल के उदाहरण: The Guardian & Guardian News





रॆ-ब्रैंड कब करें

एक चैनल या एक से ज़्यादा चैनल होने पर क्या होता है

एक से ज़्यादा चैनलों के लिए रणनीति

- हर चैनल के लिए, **अलग अंदाज़ और मकसद** तय करें
- **चैनल अलग से पहचाने जाने लायक होने चाहिए,** मिलते-जुलते नहीं होने चाहिए
- **अलग दर्शकों के लिए अलग कॉन्टेंट**
- **पैकेजिंग और टाइटल के लिए एक जैसी, लेकिन अलग-अलग शैलियों का इस्तेमाल करें**, ताकि कॉन्टेंट को जोड़ा और अलग किया जा सके

नए "सेकेंडरी" चैनलों को प्रमोट करें

- **चैनल को प्रोमोट करने और सदस्यता बढ़ाने के लिए, वीडियो में एंड स्क्रीन का इस्तेमाल करें**
- अगर नई सीरीज़ लॉन्च की जा रही है, तो - नए चैनल को प्रमोट करने के लिए **एक टीज़र या किसी जाने-माने चैनल पर पहले एपिसोड की प्रोग्रामिंग करने पर विचार करें**
- **ब्यौरे में चैनल का लिंक दें**
- **जाने-माने चैनल पर बोलकर, नए चैनल और मकसद** को प्रमोट करें

प्रमोशन

मालिकाना हक + गोपनीय

प्रमोशन

और जगहों पर प्रमोशन से जुड़ी रणनीतियां

खुद को और नए कॉन्टेंट को प्रमोट करने के लिए, अपने सोशल मीडिया हैंडल का इस्तेमाल करें. साथ ही, YouTube से जुड़ी सुविधाओं का इस्तेमाल करके फ़ायदा पाएं.

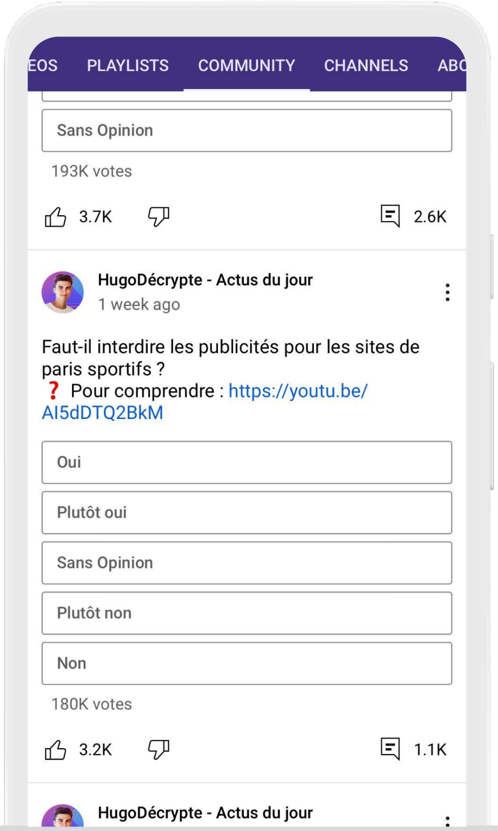
- **सोशल प्लैटफ़ॉर्म पर होने का फ़ायदा उठाएं:** सोशल मीडिया प्लैटफ़ार्म का फ़ायदा उठाए. Snapchat और Instagram से जुड़ी सुविधाएं, जैसे कि "swipe up" की मदद से, वहां मौजूद दर्शकों के बीच कॉन्टेंट को प्रमोट किया जा सकता है.
- **YouTube के सभी प्रॉडक्ट के लिए रणनीति बनाएं:** इस बात पर विचार करें कि YouTube स्टोरीज़ और कम्यूनिटी में अपलोड किए गए कॉन्टेंट को देखने वाले दर्शकों की संख्या बढ़ाने के लिए, कैसे कॉन्टेंट बनाया जा सकता है और फ़ायदा उठाया जा सकता है. रणनीति बनाएं कि कौनसे अपलोड किए गए वीडियो, प्रीमियर या लाइव के लायक हैं.
- **कॉल-टू-ऐक्शन ज़रूरी है:** दर्शकों को नए कॉन्टेंट देखने के लिए प्रेरित करने के लिए, YouTube कॉन्टेंट के प्रमोशन वाले क्लिप या ट्रेलर असरदार हो सकते हैं, लेकिन जहां सीधे अपने दर्शकों से बात की जाती है वहां कॉन्टेंट पोस्ट करना सबसे अच्छे तरीकों में से एक है.

प्रमोशन

कम्यूनिटी

कम्यूनिटी टैब भी दर्शकों के साथ बात करने और उनसे जुड़ने का, कम मेहनत वाला तरीका है. कम्यूनिटी टैब के पोस्ट की मदद से फ़ायदा पाने के लिए, कुछ लोकप्रिय फ़ॉर्मैट यहां बताए गए हैं:

- **GIFs.** अपने दर्शकों में जोश जगाने, जुड़ने, और मनोरंजन (अगर आप चाहें, तो) के लिए, कम्यूनिटी पोस्ट के हिस्से के तौर पर GIFs का इस्तेमाल करें. अक्सर, GIF वाले कम्यूनिटी पोस्ट को ज़्यादा पसंद किया जाता है!
- **पोल.** पोल, दर्शकों को समझने का एक शानदार तरीका हो सकता है. दर्शक आपके वीडियो में किन विषयों को देखना चाहते हैं, उनके बारे में पूछने के लिए पोल का इस्तेमाल करें.
- **वीडियो.** दर्शकों को नए कॉन्टेंट देखने के लिए प्रेरित करने के लिए, YouTube कॉन्टेंट के प्रमोशन वाले क्लिप या ट्रेलर असरदार हो सकते हैं, लेकिन जहां सीधे अपने दर्शकों से बात की जाती है वहां कॉन्टेंट पोस्ट करना सबसे अच्छे तरीकों में से एक है.



प्रमोशन

दर्शकों को कहीं जाने की जगह बताएं

आपके वीडियो के आखिरी 20 सेकंड के दौरान, दर्शकों को चार अलग-अलग एलिमेंट पर भेजकर, एंड स्क्रीन आपको अपने चैनल पर देखने का कुल समय बढ़ाने का मौका देती है.

- **ज़्यादा असरदार बनाएं.** एंड स्क्रीन को इन-वीडियो "एंड कार्ड" के साथ जोड़ा जा सकता है. इसमें लिंक दिखते हैं. यह कॉल-टू-ऐक्शन की सुविधा की मदद से, दर्शकों को दूसरे वीडियो और "पसंद, शेयर करें, और सदस्य बनें" की तरफ़ ले जाता है.
- **YouTube कार्ड का इस्तेमाल करें.** कार्ड सूचनाएं होती हैं. ये आपके वीडियो के ऊपर दाएं कोने में दिखती हैं. वीडियो में खास पलों के साथ कार्ड जोड़ने की कोशिश करें.
- **समझदारी से चुनें.** एंड स्क्रीन का इस्तेमाल करने से तब ज़्यादा फ़ायदा होता है, जब इनसे दर्शकों को देखने के लिए कुछ काम की चीज़ें मिलती हैं. अपने फ़ॉर्मैट या सीरीज़ के एपिसोड के बीच ट्रैफ़िक बढ़ाने के लिए, उनका इस्तेमाल करने पर विचार करें.

कैसे अलग दिखें

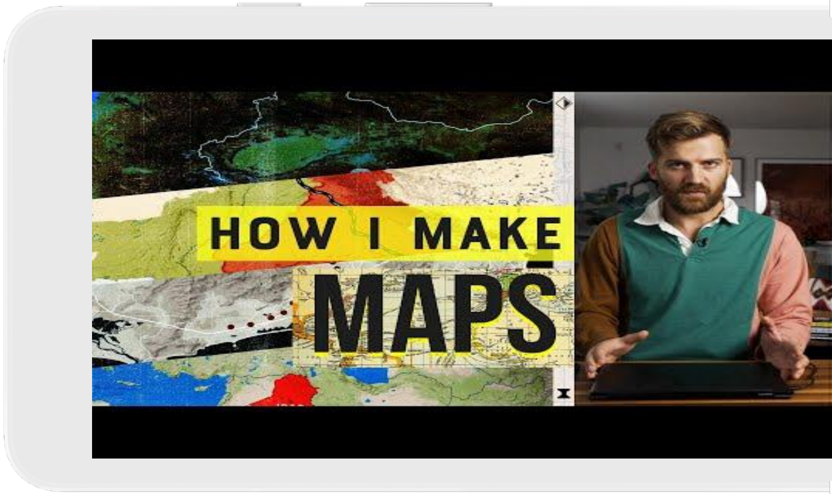
कैसे अलग दिखें

अपनी खासियत पर फ़ोकस करें

अपनी खासियत को हाइलाइट करना अपनी फ़ील्ड में सबसे अलग दिखने का बेहतरीन तरीका है. अपनी शख़्सियत या दूसरे पहलूओं के बारे में सोचिए, जिन पर आपके आइडिया काफ़ी यूनीक होते हैं. इनसे यह भी बताया जा सकता है कि वे कौनसी चीजें हैं जो आपको दूसरों से अलग और खास बनाती हैं.

- **फ़ोकस**. अपने हुनर के बल पर, यूनीक आइडिया लेकर आना आसान तरीकों में से एक है. पत्रकार अपने चुने हुए विषय से जुड़कर, समाचार और अलग-अलग विषयों, और कहानियों पर चर्चा करके ऐसा कर सकते हैं.

- **शख़्सियत**. अपनी शख्सियत के ज़रिए भी, अपनी फ़ील्ड में अलग दिखा जा सकता है. यह आपकी जानकारी, हुनर, बैकग्राउंड या किसी दूसरे तरीके से आ सकता है, जिससे किसी विषय या कहानी से जुड़ा एक यूनीक आइडिया दिया जा सकता है. इसमें आपके दर्शकों की ज़रूरतों का ख्याल रखा जाता है. साथ ही, दर्शकों पर पड़ने वाला असर भी शामिल होता है.



मालिकाना हक + गोपनीय

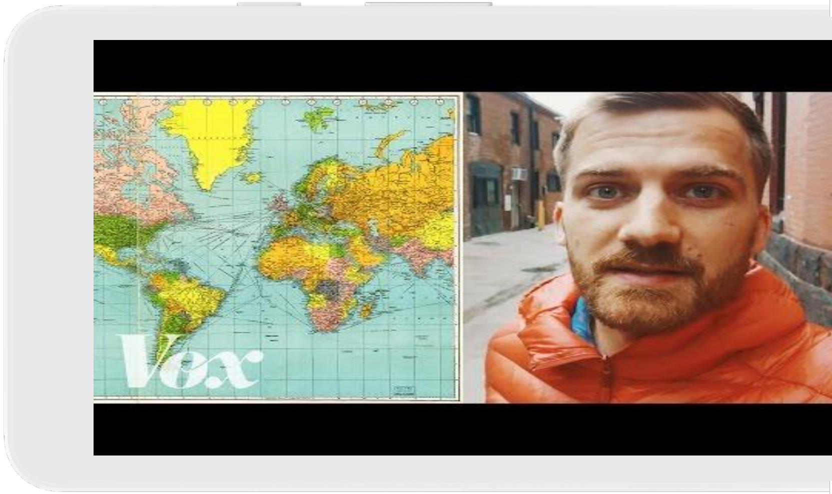
कैसे अलग दिखें

दर्शकों के इनपुट मांगें

भीड़ से अलग दिखने का एक और तरीका है - अपने दर्शकों के साथ उनके इनपुट की मदद से, कम्यूनिटी बनाना. यह दर्शकों को प्लैटफ़ार्म पर, आपके मकसद में शामिल होने का एहसास कराता है. साथ ही, आपके कॉन्टेंट के साथ दर्शकों को गहराई से जोड़ता है.

- **कॉन्टेंट के लिए इनपुट मांगे.** फ़ायदा पाने के लिए, डिजिटल के दो-तरफ़ा बातचीत की सुविधा का इस्तेमाल करें और अपने दर्शकों से इनपुट मांगें. इन-वीडियो पोलिंग कार्ड, चैट में पिन की गई टिप्पणी, कम्यूनिटी टैब (पोल या सवाल पूछने) की मदद से, दर्शकों से राय, सुझाव या शिकायत के बारे में पूछा जा सकता है.

- **उन्हें आपके मकसद में साथ देने के लिए कहें.** आपका साथ देने के लिए कहकर, दर्शकों को यह महसूस होने दें कि वे आपके चैनल का हिस्सा हैं. हो सकता है कि कुछ जगहों पर, आपकी और आपकी संस्कृति को ध्यान में रखते हुए यह पूछना ठीक न हो. दूसरों के लिए, इस बात पर विचार करें कि चैनल की पैसे चुकाकर ली जाने वाली सदस्यता का फ़ायदा पाने के बारे में बातचीत शुरू करने के लिए, इसका इस्तेमाल कैसे किया जा सकता है. इसी तरह तीसरे-पक्ष के प्लैटफ़ॉर्म के बारे में सोचा जा सकता है.

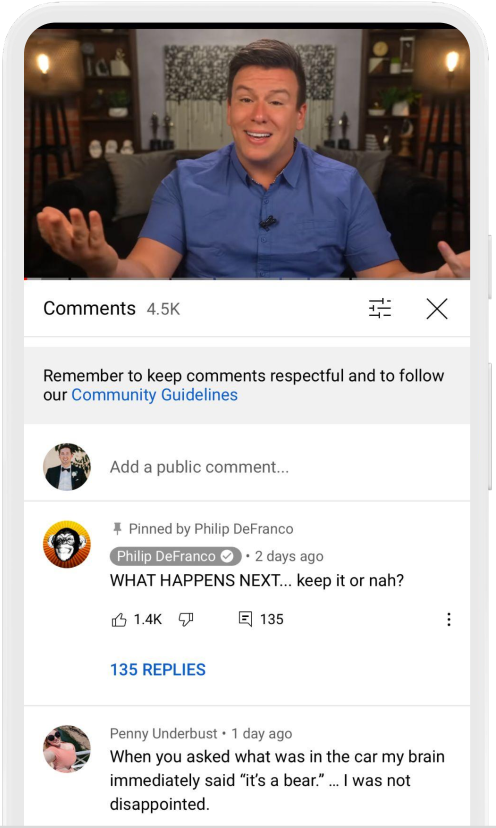


कैसे अलग दिखें

अपनी पसंद के मुताबिक बातचीत करने का तरीका चुनें

जब इस बारे में सोचा जाता है कि YouTube पर दर्शकों के साथ इंटरैक्ट किया जा सकेगा या नहीं, तब इन बातों का ध्यान रखें.

- **लाइव रहते हुए दर्शकों के साथ जुड़े रहें.** लाइव के दौरान खास तौर पर, सुपर चैट चालू करने या अपने दर्शकों से जुड़ने पर विचार करें. इससे आपको अलग से फ़ंड जुटाने में मदद मिलेगी. साथ ही, दर्शकों के साथ गहराई से जुड़ने में भी मदद मिलेगी.
- **कम्यूनिटी बनाएं.** टिप्पणियों के अलावा, स्टोरीज़ और कम्यूनिटी जैसी सुविधाएं, दर्शकों से जुड़े रहने का एक शानदार तरीका है.
- **टिप्पणियां देखें और जवाब दें.** अपने अपलोड किए गए वीडियो पर अपने दर्शकों के साथ बातचीत शुरू करने के लिए, पिन करने की सुविधा का इस्तेमाल करें. साथ ही, जिन लोगों ने अच्छी टिप्पणी की है उनको थम्स अप भी दें!
- बातचीत को बेहतर बनाने और स्पैम से बचाने के लिए, टिप्पणियों और लाइव चैट को मैनेज करने में मदद के लिए, **YouTube के टूल का फ़ायदा लें.**



पत्रकार: केस स्टडी

Hugo Décrypte

HugoDécrypte एक YouTube चैनल है. इसे 2015 में ह्यूगो ट्रैवर्स ने शुरू किया. इस चैनल के अब पांच लाख से ज़्यादा सदस्य हैं. यह चैनल अलग-अलग विषयों और कहानियों पर वीडियो बनाता है. चैनल को आगे बढ़ाने के लिए, HugoDécrypte चैनल यह पता लगाना चाहता था कि कहानी कहने और पेश करने के फ़ॉर्मैट, युवा दर्शकों के लिए समाचार और करंट अफ़ेयर को दिलचस्प बनाते हैं या नहीं.

- **प्रयोग करने से आगे बढ़ने में मदद मिलती है:** सफलता पाने के लिए प्रयोग करें और सीखें, ताकि आप अपने दर्शकों के लिए विषय, वीडियो की अवधि, पेश करने के तरीके, और शैली को बड़ी ही खूबसूरती के साथ मिलाएं और बेहतरीन कॉन्टेंट बना सकें.

- **आने वाले समय में लंबी अवधि वाले फ़ॉर्मैट को ज़्यादा पसंद किया जाएगा:** मिलेनियल और जेनरेशन ज़ेड के लोगों को कम समय में पूरी जानकारी देने वाले कॉन्टेंट को अच्छा मानते हैं, लेकिन HugoDécrypte को ऐसा नहीं लगता. YouTube पर, युवा दर्शक लंबी अवधि वाले समाचार रिपोर्टिंग को पसंद करते हैं. साथ ही, इसी तरह की पेशकश वाले कॉन्टेंट देखना चाहते हैं.

- **स्केल करने के लिए, पेश करने के नए तरीके लेकर आएं:** उनकी शख्सियत ने ब्रैंड को आज इस मकाम तक पहुंचाने में मदद की, लेकिन उन्होंने महसूस किया कि इसने चैनल को स्केल करने की उनकी क्षमता को सीमित कर दिया. इसलिए, उन्होंने कॉन्टेंट को पेश करने की अलग-अलग रणनीतियों के साथ प्रयोग किया. इसलिए, उन्होंने अपने साथ काम करने के लिए, अलग से प्रज़ेंटर को शामिल किया और
युवा लोगों के साथ बातचीत को खुद मॉडरेट किया.

नतीजा: सदस्यों की बढ़ोतरी और आलोचना. प्रयोग के एक साल में, HugoDécrypte चैनल पर सदस्यों की करीब दोगुनी बढ़ोतरी हुई. साथ ही, राष्ट्रपति मैक्रों का इंटरव्यू करने का मौका मिला.

YouTube

आपके पास कोई सवाल है?

धन्यवाद