

ABSTRA

PODSUMOWANIE KANAŁÓW ABSTRA LUTY 2020

ABSTRA
CHUJE
TV

ABSTRA
CHUJE
plus

deksy



NP
NOWE POKOLENIE

DLA
PIENIĘDZY



ROBOTY



MAKSYMALNIE



MASOWY HANDEL



FOOT
TRUCK



kumaty



PRZEMYSŁ
MŁODOŚCI



JAK TO
ROBIĆ?

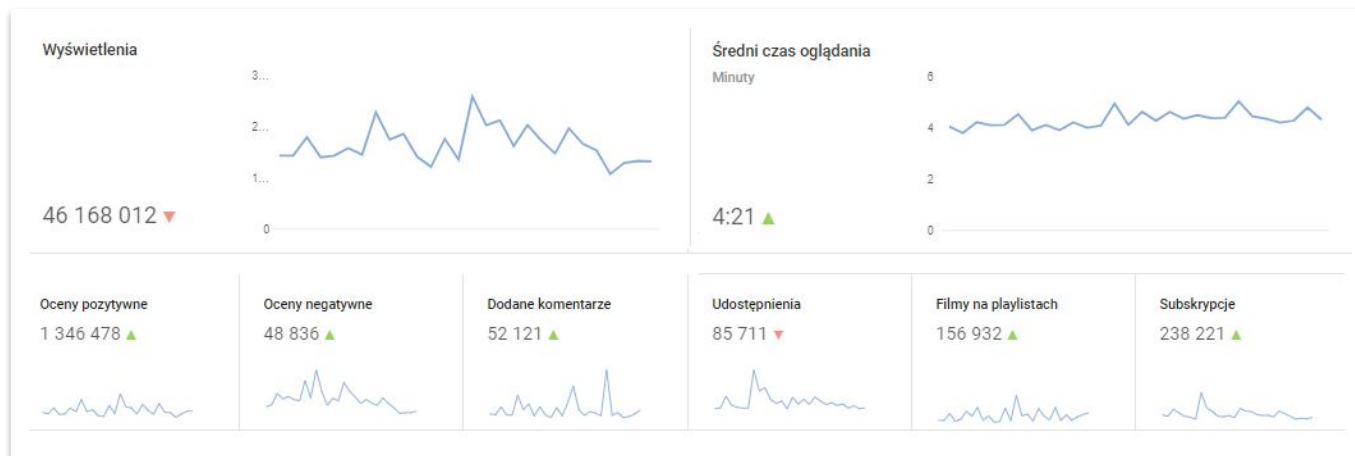
PARODIE
MUZYCZNE

OGÓLNE STATYSTYKI DLA SIECI

LUTY 2020

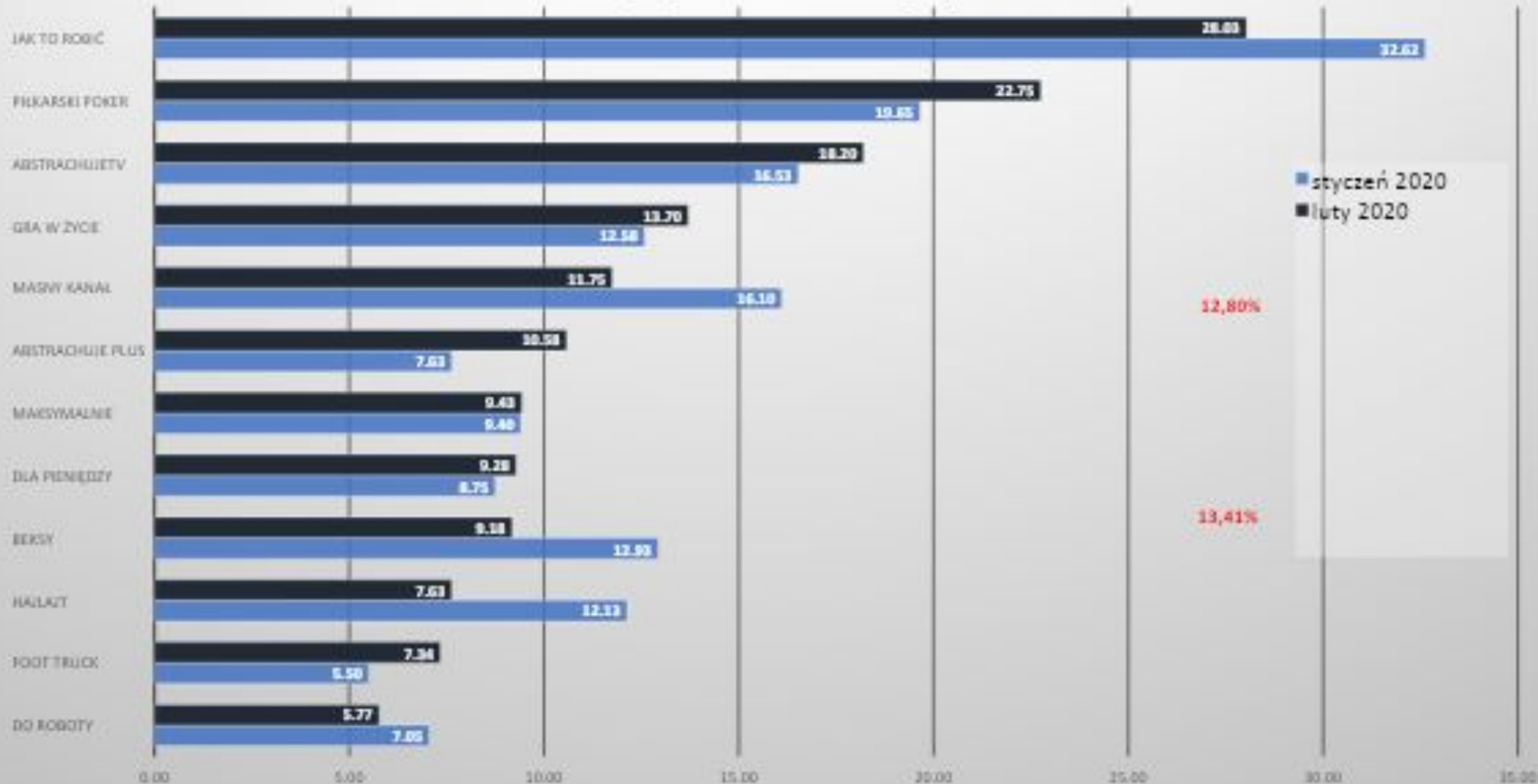


LUTY 2019



Wnioski: Mniejsza liczba produkcji oraz tymczasowa „zadyszka” naszych najbardziej zasięgowych kanałów spowodowały mniejsze wyświetlenia porównując rok do roku.

Engagement Rate [%]



Wnioski: Aktywne używanie ankiet w „Kartach” powoduje znaczny wzrost zaangażowania widzów. Co małym nakładem może powodować większe życie się z kanałem przez odbiorców, dzięki czemu można budować bezpieczną bazę widzów.

ABSTRACHUJETV



95%	
Styczeń	80%
Grudzień	100%

Czego NIE mówią: APTEKARZE

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	1790652	1500000	119%	30%	36%
Unikalni Użytkownicy	1236431	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	267 852	120 000	223%	-	-
Utrzymanie uwagi	66	55	120%	5%	6%
Czas oglądania (h)	144785	110 000	132%	40%	53%
Subskrypcje	365	700	52%	10%	5%
Engagement	21,1	10	211%	10%	21%
Zarobki AdSense \$	209	400	52%	5%	3%

Cross:	Lok.	RATE	123%
AbchPLUS	-		

ZOO DLA CELEBRYTÓW

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	916572	1500000	61%	30%	18%
Unikalni Użytkownicy	693257	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	132 076	120 000	110%	-	-
Utrzymanie uwagi	64	55	116%	5%	6%
Czas oglądania (h)	80100	110000	73%	40%	29%
Subskrypcje	1382	700	197%	10%	20%
Engagement	20,3	10	203%	10%	20%
Zarobki AdSense \$	204	400	51%	5%	3%

Cross:	Lok.	RATE	96%
JTR	-		

Co mówią: STULEJARZE

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	1179251	1500000	79%	30%	24%
Unikalni Użytkownicy	891268	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	151 067	120 000	126%	-	-
Utrzymanie uwagi	63	55	115%	5%	6%
Czas oglądania (h)	83800	110000	76%	40%	30%
Subskrypcje	308	700	44%	10%	4%
Engagement	19,4	10	194%	10%	19%
Zarobki AdSense \$	230	400	58%	5%	3%

Cross:	Lok.	RATE	86%
AbchPLUS	-		

RODZAJE ŻŁODZIEI DZIEWCZYŃ

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	955400	1500000	64%	30%	19%
Unikalni Użytkownicy	749282	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	60 031	120 000	50%	-	-
Utrzymanie uwagi	65	55	118%	5%	6%
Czas oglądania (h)	78800	110000	72%	40%	29%
Subskrypcje	450	700	64%	10%	6%
Engagement	12	10	120%	10%	12%
Zarobki AdSense \$	194	400	49%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	75%
AbchPLUS	TVN7		

- Aptekarze wywołali ogólnopolskie zainteresowanie, które przyczyniło się do znacznego wzrostu wyświetleń na tym odcinku.
- Stulejarze po dobrych wynikach poprzedniego odcinka też załapali się na falę lepszych wyświetleń, jednak nie do końca odcinek spodobał się widzom (troszeczkę był już przesadzony) co widać po łapkach w górę (jest ich tylko 94%). Natomiast przekierował duży ruch do MO (150k przejść)
- Zoo, tutaj były za duże problemy z tytułem (wcześniej Zoo dla Influencerów) oraz miniaturą co przełożyło się na jeden z niższych współczynników klikalności na tym kanale, bo zaledwie 8,9% (aptekarze mieli 13,3%, stulejarze, 12,2%)
- Rodzaje złodziei, na ten film YT nałożył obostrzenia (Żółty dolar) z tego powodu, że uznał go za zbyt seksualny. Do tego YT „nie lubi” wyprowadzania ruchu na zewnętrzne strony, dlatego link do player.pl w pierwszej linii opisu mógł nieco uciąć dodatkowo zasięgi

Wnioski: Filmy muszą być dopasowane pod widzów kanału, również w postaci miniatur i tytułów. Należy dalej wsłuchiwać się w komentarze pod filmami oraz możliwe przestrzegać [zasad społeczności YouTube](#)

ABSTRACHUJE PLUS



233%

Styczeń 111%

Grudzień 108%

MAKING OF: Czego NIE mówią: APTEKARZE

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	522723	150000	348%	30%	105%
Unikalni Użytkownicy	414558	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57	55	104%	5%	5%
Czas oglądania (h)	47300	15000	315%	40%	126%
Subskrypcje	5100	400	1275%	10%	128%
Engagement	12	10	120%	10%	12%
Zarobki AdSense	93	50	186%	5%	9%

Cross:	Lok.	RATE	385%
Abch	-		

MAKING OF: Co mówią: STULEJARZE

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	341642	150000	228%	30%	68%
Unikalni Użytkownicy	277067	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	54	55	98%	5%	5%
Czas oglądania (h)	32500	15000	217%	40%	87%
Subskrypcje	1801	400	450%	10%	45%
Engagement	9,1	10	91%	10%	9%
Zarobki AdSense	71	50	142%	5%	7%

Cross:	Lok.	RATE	221%
Abch	-		

MAKING OF: ZOO DLA CELEBRYTÓW

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	134525	150000	90%	30%	27%
Unikalni Użytkownicy	111224	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	52	55	95%	5%	5%
Czas oglądania (h)	15400	15000	103%	40%	41%
Subskrypcje	261	400	65%	10%	7%
Engagement	9,7	10	97%	10%	10%
Zarobki AdSense	41	50	82%	5%	4%

Cross:	Lok.	RATE	93%
Abch	-		

MAKING OF: RODZAJE ZŁODZIEI DZIEWCZYN

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	140989	150000	94%	30%	28%
Unikalni Użytkownicy	117497	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	50	55	91%	5%	5%
Czas oglądania (h)	13100	15000	87%	40%	35%
Subskrypcje	473	400	118%	10%	12%
Engagement	11,5	10	115%	10%	12%
Zarobki AdSense	9	50	18%	5%	1%

Cross:	Lok.	RATE	92%
Abch	-		

Bardzo wysokie wyniki są zasługą crossów z ekranów końcowych z głównego kanału, ale również dzięki dalej specjalnemu prowadzeniu making offów. Ludzie chętnie oglądają filmy na tym kanale, które według opinii widzów potrafią być nawet lepsze niż główne filmy.

Wnioski: Należy dalej prowadzić making offy, aby miały swoją fabułę. Jednak trzeba byłoby zacząć usamodzielniać ten kanał oraz wykorzystać jego potencjał do crossów z innymi kanałami

BEKSY



84%

Styczeń 63%

Grudzień 95%

NADIA ODCHODZI? 🗿

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	543587	600000	91%	30%	27%
Unikalni Użytkownicy	455121	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	49	62	79%	5%	4%
Czas oglądania (h)	38400	30000	128%	40%	51%
Subskrypcje	707	500	141%	10%	14%
Engagement	6,9	10	69%	10%	7%
Zarobki AdSense	286	300	95%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	108%
-	WB		

KRÓTKIE vs DŁUGIE WŁOSY

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	633874	600000	106%	30%	32%
Unikalni Użytkownicy	539048	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	60	62	97%	5%	5%
Czas oglądania (h)	39800	30000	133%	40%	53%
Subskrypcje	755	500	151%	10%	15%
Engagement	7,9	10	79%	10%	8%
Zarobki AdSense	567	300	189%	5%	9%

Cross:	Lok.	RATE	122%
-	-		

NADIA ZDRADZA SEKRET

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	247811	600000	41%	30%	12%
Unikalni Użytkownicy	216016	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	44	62	71%	5%	4%
Czas oglądania (h)	11200	30000	37%	40%	15%
Subskrypcje	0	500	0%	10%	0%
Engagement	10,7	10	107%	10%	11%
Zarobki AdSense	126	300	42%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	44%
-	-		

W NOCY vs W DZIEŃ

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	368629	600000	61%	30%	18%
Unikalni Użytkownicy	368629	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	16 320	40 000	41%	-	-
Utrzymanie uwagi	47	62	76%	5%	4%
Czas oglądania (h)	19900	30000	66%	40%	27%
Subskrypcje	0	500	0%	10%	0%
Engagement	11,2	10	112%	10%	11%
Zarobki AdSense	114	300	38%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	62%
GwŻ	-		

- Zmiany na kanale w postaci prowadzących spowodowały z początku pewne perturbacje, jednak po dobrym odbiorze wprowadzonej oficjalnie Ady kanał zaczyna nabierać nowego życia.
- Gdy pojawił się clickbait i dobra miniatura przyniosło to zasięgi (Nadia odchodzi?), gdy tak naprawdę nie było odpowiedniej miniatury (Nadia zdradza sekret) a sam odcinek nie miał ciągu fabularnego (jak to jest w przypadku MO Abch) to niestety zasięgi na odcinku znacznie spadły

Wnioski: Ada nie ma jeszcze dużej rozpoznawalności na YouTube, dlatego Nadia powinna dalej być obecna w miniaturach, a one natomiast powinny być przemyślane i zgodne z naszymi ogólnymi wytycznymi (nie za ciemne, pasujące do tematu odcinka, zawierające jak najmniej szczegółów, oraz pokazujące emocje). Format coś vs coś jest generalnie dobrze odbierany przez widzów

DLA PIENIĘDZY



145%

Styczeń 90%

Grudzień 176%

JAK WYMAWIAĆ NAZWY MAREK CZ.2

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	761904	350000	218%	30%	65%
Unikalni Użytkownicy	655242	-	-	-	-
Przekierowania CROSS	10909	25 000	44%	-	-
Utrzymanie uwagi	49	55	89%	5%	4%
Czas oglądania (min)	3746675	1700000	220%	40%	88%
Subskrypcje	1996	500	399%	10%	40%
Engagement	5,8	9	64%	10%	6%
Zarobki AdSense	464	200	232%	5%	12%

Cross:	Lok.	RATE	216%
DPPodc.	-		

CO ZDROŻEJE W 2020 ROKU?

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	485448	350000	139%	30%	42%
Unikalni Użytkownicy	420128	-	-	-	-
Przekierowania CROSS	23 546	25 000	94%	-	-
Utrzymanie uwagi	61	55	111%	5%	6%
Czas oglądania (min)	1780807	1700000	105%	40%	42%
Subskrypcje	1431	500	286%	10%	29%
Engagement	11,5	9	128%	10%	13%
Zarobki AdSense	326	200	163%	5%	8%

Cross:	Lok.	RATE	139%
DPPodc.	-		

Format sond ulicznych wydaje się strzałem w dziesiątkę, ponieważ oprócz zasięgów przynosi też dużą liczbę subskrybentów.

Format Q&A też jest przyszłościowy, bo dzięki niemu można omówić bardziej szczegółowo nie tylko samo życie Pawła, ale również zagadnienia finansowe. Można zastanowić się nad tym czy nie stworzyć go w również w formie relacji live np. z jakimś dodatkowym ekspertem

7 NAJLEPIEJ PŁATNYCH ZAWODÓW

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	341286	350000	98%	30%	29%
Unikalni Użytkownicy	303807	-	-	-	-
Przekierowania CROSS	14 352	25 000	57%	-	-
Utrzymanie uwagi	61	55	111%	5%	6%
Czas oglądania (min)	1497670	1700000	88%	40%	35%
Subskrypcje	675	500	135%	10%	14%
Engagement	11,1	9	123%	10%	12%
Zarobki AdSense	320	200	160%	5%	8%

Cross:	Lok.	RATE	104%
NN	NN		

SKĄD POCHODZĘ, ILE ZARABIAM I CZY MALUJE BRODĘ?

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	335687	350000	96%	30%	29%
Unikalni Użytkownicy	290960	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	35	55	64%	5%	3%
Czas oglądania (min)	2319060	1700000	136%	40%	55%
Subskrypcje	779	500	156%	10%	16%
Engagement	6,6	9	73%	10%	7%
Zarobki AdSense	457	200	229%	5%	11%

Cross:	Lok.	RATE	121%
-	-		

Wnioski: Tematy praktyczne są bardzo dobrze przyjmowane na kanale. A sam kanał jest w dalszym ciągu dobrze prowadzony.



109%

Styczeń 110%

Grudzień 67%

ZADZWOŃIŁA PO PRZEPCHANIE RURY

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	316948	230000	138%	30%	41%
Unikalni Użytkownicy	245512	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57	55	104%	5%	5%
Czas oglądania (min)	2509680	1300000	193%	40%	77%
Subskrypcje	438	450	97%	10%	10%
Engagement	7,4	8	93%	10%	9%
Zarobki AdSense	90	100	90%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	147%
-	-		

CZAREK NIE WYTRZYMAŁ! | SZEJK ZA SZEJK

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	185974	230000	81%	30%	24%
Unikalni Użytkownicy	163165	-	-	-	-
Przekierowanie	1 000	15 000	7%	-	-
Utrzymanie uwagi	55,6	55	101%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1457400	1300000	112%	40%	45%
Subskrypcje	212	450	47%	10%	5%
Engagement	6	8	75%	10%	8%
Zarobki AdSense	66	100	66%	5%	3%

Cross:	Lok.	RATE	90%
	-		

KTÓRA SMAKUJE LEPIEJ? | SZKOŁA UCZUĆ

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	217893	230000	95%	30%	28%
Unikalni Użytkownicy	179065	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	14 152	15 000	94%	-	-
Utrzymanie uwagi	52,9	55	96%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1416960	1300000	109%	40%	44%
Subskrypcje	167	450	37%	10%	4%
Engagement	11,4	8	143%	10%	14%
Zarobki AdSense	41	100	41%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	97%
GwŻ	-		

CZY SĄ GOTOWI NA WIĘCEJ?

ODCINEK 4

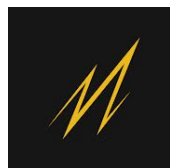
	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	217675	230000	95%	30%	28%
Unikalni Użytkownicy	181374	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	49,9	55	91%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1722780	1300000	133%	40%	53%
Subskrypcje	245	450	54%	10%	5%
Engagement	5,7	8	71%	10%	7%
Zarobki AdSense	41	100	41%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	101%
-	-		

Zostały wprowadzone dwa nowe formaty „Szkoła” i „Szejk”, które pomimo różnych skrajnych komentarzy nie przyjęły się najgorzej pod względem wyświetleń. Przy wprowadzaniu nowych rodzajów filmów trzeba przygotować się również na krytykę, ponieważ tak jak tutaj widzowie są przyzwyczajeni do stałych formatów jak „Pij Pong”, „Kalambury” czy Gorące Krzesło. Jednak format „białej Ściany” na kanale daje nam możliwość dalszego eksperymentowania.

Wnioski: Reagowanie na głosy społeczności czy to w formie odpowiednich filmów czy po prostu angażowanie się w komentarze.

MAKSYMALNIE



68%

Styczeń 154%

Grudzień 61%

7 DNI BEZ PLASTIKU!

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	170132	240000	71%	30%	21%
Unikalni Użytkownicy	150349	-	-	-	-
Przekierowanie	393	20 000	2%	-	-
Utrzymanie uwagi	46	50	92%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1081740	1500000	72%	40%	29%
Subskrypcje	280	400	70%	10%	7%
Engagement	7,6	10	76%	10%	8%
Zarobki AdSense	119	150	79%	5%	4%

Cross:	Lok.	RATE	73%
-	-		

PRZEŻYŁEM DACHOWANIE SAMOCHODEM

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	158495	240000	66%	30%	20%
Unikalni Użytkownicy	140982	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	4 950	20 000	25%	-	-
Utrzymanie uwagi	52,8	50	106%	5%	5%
Czas oglądania (min)	537300	1500000	36%	40%	14%
Subskrypcje	255	400	64%	10%	6%
Engagement	15,1	10	151%	10%	15%
Zarobki AdSense	28	150	19%	5%	1%

Cross:	Lok.	RATE	62%
KM	-		

ILE WYTRZYMAŁ PATRZĄC W JEDEN PUNKT? (gośc. Blówek)

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	83542	240000	35%	30%	10%
Unikalni Użytkownicy	78030	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	30,4	50	61%	5%	3%
Czas oglądania (min)	219420	1500000	15%	40%	6%
Subskrypcje	25	400	6%	10%	1%
Engagement	6,5	10	65%	10%	7%
Zarobki AdSense	27	150	18%	5%	1%

Cross:	Lok.	RATE	27%
-	-		

JADŁEM SAME ROŚLINY PRZEZ 7 DNI! 🍌🥑🥒

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	234776	240000	98%	30%	29%
Unikalni Użytkownicy	195203	-	-	-	-
Przekierowanie	3 392	20 000	17%	-	-
Utrzymanie uwagi	43,1	50	86%	5%	4%
Czas oglądania (min)	1590480	1500000	106%	40%	42%
Subskrypcje	714	400	179%	10%	18%
Engagement	8,5	10	85%	10%	9%
Zarobki AdSense	190	150	127%	5%	6%

Cross:	Lok.	RATE	109%
-	-		

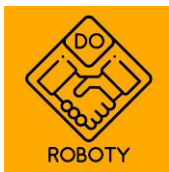
Ten miesiąc pokazał jak ważne są odpowiednie tytuły dla tego kanału. Muszą one być jak najbardziej zrozumiałe dla widza oraz zawierać nutkę niezwykłości.

Odcinek z patrzeniem w punkt, słabo poszedł ponieważ wcześniej ten sam materiał w formie live wisiał długo na kanale i było to po prostu powielenie materiału.

Mimo dużej sympatii do Blówka, to widownia kanału Maksymalnie nie koniecznie jest wspólnie dopasowana. Do tego kanału z pewnością pasują postacie typu WK czy Epic Cheat Meal czy to contentem czy podobnymi widzami i takie crossy mogą przynieść najwięcej korzyści czy to w zasięgach czy odbiorze Maksyma i jego kanału.

Wnioski: W dalszym ciągu mimo próbowania różnych rzeczy, pomysły z komentarzy widzów najlepiej performują

DO ROBOTY



106%

Styczeń 100%

Grudzień 64%

BUDOWAŁEM NAJWYŻSZY BUDYNEK NA ŚLĄSKU

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	145642	130000	112%	30%	34%
Unikalni Użytkownicy	128718	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	45	55	82%	5%	4%
Czas oglądania (min)	824220	800000	103%	40%	41%
Subskrypcje	429	300	143%	10%	14%
Engagement	4,5	9	50%	10%	5%
Zarobki AdSense	108	120	90%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	
-	-	103%	

JAK ŁATWO WYCIĄGAĆ INFORMACJE, PRACA DETEKTYWA

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	95032	130000	73%	30%	22%
Unikalni Użytkownicy	84956	-	-	-	-
Przekierowanie CROSS	1 580	20 000	8%	-	-
Utrzymanie uwagi	34,4	55	63%	5%	3%
Czas oglądania (min)	9472	800000	1%	40%	0%
Subskrypcje	137	300	46%	10%	5%
Engagement	6,6	9	73%	10%	7%
Zarobki AdSense	45	120	38%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	
GwŻ	-	39%	

SPRAWDZIŁEM PRACĘ GINEKOLOGA

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	249960	130000	192%	30%	58%
Unikalni Użytkownicy	214256	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	37,7	55	69%	5%	3%
Czas oglądania (min)	1491540	800000	186%	40%	75%
Subskrypcje	862	300	287%	10%	29%
Engagement	6,2	9	69%	10%	7%
Zarobki AdSense	141	120	118%	5%	6%

Cross:	Lok.	RATE	
-	-	177%	

Odcinki „męskie” (Budowałem...) oraz takie, które męska widownia chce z ciekawości, żeby Wojtek sprawdził (Ginekolog) oglądają się najlepiej. Odcinek z pracą detektywa też bardzo dobrze by się obejrzał, ale potwierdził on tylko to, że dźwięk jest niezwykle ważny w odbiorze filmu, natomiast sam cross przy tym materiale niestety z różnych powodów był wstawiony bardzo na siłę co też przełożyło się na wynik.

Wnioski: Tytuły odcinków powinny być jak najprostsze i najważniejsze słowa kluczowe powinny się znajdować na początku.

FOOT TRUCK



113%	
Styczeń	115%
Grudzień	142%

NAJLEPSZY PIŁKARZ W HISTORII EKSTRAKLASY

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	170371	140000	122%	30%	37%
Unikalni Użytkownicy	129738	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	46,5	53	88%	5%	4%
Czas oglądania (min)	1583400	1400000	113%	40%	45%
Subskrypcje	359	400	90%	10%	9%
Engagement	5	8	63%	10%	6%
Zarobki AdSense	127	160	79%	5%	4%

Cross:	Lok.	RATE	105%
-	PKO Ekst.		

NEYMAR, HAZARD, MBAPPE I RESZTA KUMPLI BULKI

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	221756	140000	158%	30%	48%
Unikalni Użytkownicy	146235	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	53,3	53	101%	5%	5%
Czas oglądania (min)	3389460	1400000	242%	40%	97%
Subskrypcje	775	400	194%	10%	19%
Engagement	10,8	8	135%	10%	14%
Zarobki AdSense	207	160	129%	5%	6%

Cross:	Lok.	RATE	189%
-	STS		

ILE KIMPEMBE WYDAŁ NA WAKACJIE?

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	182613	140000	130%	30%	39%
Unikalni Użytkownicy	125001	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	49,2	53	93%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1933800	1400000	138%	40%	55%
Subskrypcje	583	400	146%	10%	15%
Engagement	8,4	8	105%	10%	11%
Zarobki AdSense	193	160	121%	5%	6%

Cross:	Lok.	RATE	130%
-	STS		

KIEDRYNEK: MOŻE Z PESZKINEM OTWORZYMY "BEER TRUCKA"?

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	105639	140000	75%	30%	23%
Unikalni Użytkownicy	79980	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	50,5	53	95%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1194600	1400000	85%	40%	34%
Subskrypcje	153	400	38%	10%	4%
Engagement	7,5	8	94%	10%	9%
Zarobki AdSense	92	160	58%	5%	3%

Cross:	Lok.	RATE	78%
-	STS		

NAJGORĘTSZE DERBY W GRECJI

ODCINEK 5

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	98559	140000	70%	30%	21%
Unikalni Użytkownicy	77567	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57,5	53	108%	5%	5%
Czas oglądania (min)	959100	1400000	69%	40%	27%
Subskrypcje	128	400	32%	10%	3%
Engagement	5	8	63%	10%	6%
Zarobki AdSense	67	160	42%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	65%
-	STS		

Kanał jest prowadzony bardzo dobrze, dzięki swojej merytoryce oraz sposobowi prowadzenia zyskał już stałą wierną widownię, która demograficznie jest jedną z najstarszych w grupie Abstra. W związku z czym można byłoby się zastanowić nad wykorzystaniem tego faktu do obopólnego wsparcia innych naszych kanałów jak np. DR czy DP, które mają zbliżoną widownię.

Wnioski: Są dość oczywiste i pewnie mało odkrywcz, czym większe nazwisko i większy klub tym większe zasięgi na filmie. Natomiast cenne jest to, że pojawiają się nawet nieco niszowe już postacie, ale z których wciąż ekipa FT potrafi wyciągnąć coś ciekawego. Co w ogólnym rozrachunku tworzy mocny opiniotwórczy kanał piłkarski na YouTube.



PIŁKARSKI POKER



77%

Styczeń	83%
Grudzień	100%

GUTKA I PIECHOTA - DUET HISZPAŃSKO-ANGIELSKI

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	46039	100000	46%	30%	14%
Unikalni Użytkownicy	35753	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57,8	55	105%	5%	5%
Czas oglądania (min)	546660	900000	61%	40%	24%
Subskrypcje	775	500	155%	10%	16%
Engagement	19,5	12	163%	10%	16%
Zarobki AdSense	33	100	33%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	77%
-	-		

FOOT TRUCK UNITED I PIERWSZY GOL LEWEGO

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	39798	100000	40%	30%	12%
Unikalni Użytkownicy	31326	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	55,7	55	101%	5%	5%
Czas oglądania (min)	495960	900000	55%	40%	22%
Subskrypcje	103	500	21%	10%	2%
Engagement	25	12	208%	10%	21%
Zarobki AdSense	34	100	34%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	64%
-	-		

CZY DLA PIENIĘDZY I MAKSYMALNIE ZNAJĄ SIĘ NA PIŁCE?

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	54880	100000	55%	30%	16%
Unikalni Użytkownicy	44992	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	48,5	55	88%	5%	4%
Czas oglądania (min)	568980	900000	63%	40%	25%
Subskrypcje	406	500	81%	10%	8%
Engagement	28	12	233%	10%	23%
Zarobki AdSense	41	100	41%	5%	2%

Cross:	Lok.	RATE	80%
-	-		

AVI I BONSON KOŃCZĄ PIERWSZY SEZON!

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	70154	100000	70%	30%	21%
Unikalni Użytkownicy	57305	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	44,6	55	81%	5%	4%
Czas oglądania (min)	775200	900000	86%	40%	34%
Subskrypcje	608	500	122%	10%	12%
Engagement	18,5	12	154%	10%	15%
Zarobki AdSense	33	100	33%	5%	2%

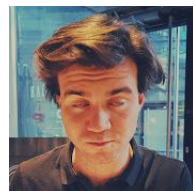
Cross:	Lok.	RATE	89%
-	-		

Kanał wciąż zbiera swoją widownię, co widać po przyrostach subskrypcji, jednak żeby wskoczyć na próg 100 tys. wyświetleń per odcinek potrzebna byłaby promocja z efektem „WOW” inaczej kanał jeszcze jakiś czas nie osiągnie swojego pełnego potencjału.

Trzeba docenić też fakt, że widownia która jest w znacznej większości pełnoletnia jest bardzo zaangażowana na kanale (średni ER pow. 20%), co jest wyjątkowym i mocnym atutem.

Wnioski: Więcej mocnych obopólnych crossów np. z głównym kanałem ABCH lub próba promocji poprzez Google Ads.

MASNY KANAŁ



84%

Styczeń 184%

Grudzień 65%

Czy w przyszłości wszystko będzie KRÓTSZE?

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	117089	140000	84%	30%	25%
Unikalni Użytkownicy	103202	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	47,1	55	86%	5%	4%
Czas oglądania (min)	578100	800000	72%	40%	29%
Subskrypcje	527	400	132%	10%	13%
Engagement	10,9	10	109%	10%	11%
Zarobki AdSense	98	100	98%	5%	5%

Cross:	Lok.
-	kropla Prawdy

RATE	87%
------	-----

Ludzie, którzy mają 0 [zero] IQ

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	144369	140000	103%	30%	31%
Unikalni Użytkownicy	127805	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	69,4	55	126%	5%	6%
Czas oglądania (min)	332220	800000	42%	40%	17%
Subskrypcje	539	400	135%	10%	13%
Engagement	12,6	10	126%	10%	13%
Zarobki AdSense	0	100	0%	5%	0%

Cross:	Lok.
-	-

RATE	80%
------	-----

Wnioski: Odcinki komentujące aktualne zagadnienia społeczne mają bardzo dobry odbiór. Należy kontynuować ten rodzaj felietonów na tym kanale.

JAK TO ROBIĆ?



140%

Styczeń	115%
Grudzień	77%

ZROBILI TO NA SIŁOWNI

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	151650	185000	82%	60%	49%
Unikalni Użytkownicy	124069	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57	55	104%	5%	5%
Czas oglądania (min)	634260	600000	106%	20%	21%
Subskrypcje	441	400	110%	5%	6%
Engagement	16,1	12	134%	5%	7%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	93%
-	Durex		

JAK PODRYWAĆ DZIEWCZYNY?

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	413 425	185000	223%	60%	134%
Unikalni Użytkownicy	352464	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	58,1	55	106%	5%	5%
Czas oglądania (min)	1549200	600000	258%	20%	52%
Subskrypcje	2222	400	556%	5%	28%
Engagement	32	12	267%	5%	13%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	237%
-	Durex		

WSTYDZIA SIĘ ROZEBRAĆ

ODCINEK 3

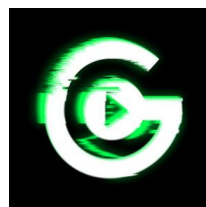
	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	144336	185000	78%	60%	47%
Unikalni Użytkownicy	118967	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	58,8	55	107%	5%	5%
Czas oglądania (min)	468360	600000	78%	20%	16%
Subskrypcje	94	400	24%	5%	1%
Engagement	36	12	300%	5%	15%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	89%
-	Durex		

„Zrobili to na siłowni” niestety widać było w tym odcinku ingerencje klienta przez co zasięgi i finalny produkt nie jest zadowolający. Należy też pamiętać o grupie docelowej kanału, dla której np. siłownia wcale nie musi być atrakcyjnym miejscem. Odcinek o podrywaniu dziewczyn, musiał „siąść” ponieważ właśnie takich materiałów widzowie oczekują i proponują w komentarzach, dodatkowo również udział Abch również miał wpływ na wysokie wyniki, ponieważ m.in. są dobrze odbierani. Materiał o rozbieraniu się, ostatecznie wybronił się z wynikami, ale dopiero w dłuższej perspektywie, dodatkowych wyświetleń w marcu (nieuwzględnionych w zastawieniu, które obejmuje pierwsze 28 dni).

Wnioski: Materiały w dłuższym zastawieniu same się bronią i osiągają oczekiwane wysokie KPI, jednak żeby wyniki były szybciej dostrzegalne odcinki muszą być dodatkowo promowane czy to poprzez posty w zakładce Społeczności czy zwykłych crossów

GRA W ŻYCIĘ



142%

Styczeń 200%

Grudzień 182%

JA vs. POSTANOWIENIA NOWOROCZNE

ODCINEK 1

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	95227	125000	76%	30%	23%
Unikalni Użytkownicy	82246	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57	55	104%	5%	5%
Czas oglądania (min)	355483	550000	65%	40%	26%
Subskrypcje	678	1000	68%	10%	7%
Engagement	10,4	10	104%	10%	10%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	76%
Maksym.	Żabka		

JA vs. WKURZONY TATE

ODCINEK 2

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	205939	125000	165%	30%	49%
Unikalni Użytkownicy	174359	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	64	55	116%	5%	6%
Czas oglądania (min)	1170726	550000	213%	40%	85%
Subskrypcje	3115	1000	312%	10%	31%
Engagement	12,3	10	123%	10%	12%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	189%
HJL	Żabka		

MISJA: NIE STRACIĆ DZIEWCZYNY

ODCINEK 3

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	136614	125000	109%	30%	33%
Unikalni Użytkownicy	110566	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	57	55	104%	5%	5%
Czas oglądania (min)	697262	550000	127%	40%	51%
Subskrypcje	2719	1000	272%	10%	27%
Engagement	15	10	150%	10%	15%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	136%
-	Żabka		

MISJA: ZALICZYĆ NA STUDNIÓWCE

ODCINEK 4

	Wynik	Cel	% celu	Waga	Rezultat
Wyświetlenia	534428	125000	428%	30%	128%
Unikalni Użytkownicy	453708	-	-	-	-
Utrzymanie uwagi	58	55	105%	5%	5%
Czas oglądania (min)	2543407	550000	462%	40%	185%
Subskrypcje	8006	1000	801%	10%	80%
Engagement	12,6	10	126%	10%	13%
Zarobki AdSense	1	1	100%	5%	5%

Cross:	Lok.	RATE	416%
ABCH	Żabka		

Kanał po bardzo dobrym starcie, trzyma dalej dobry poziom wyświetleń m.in. dzięki crossom czy wsparciu awaryjnym Google Ads, ale również dlatego, że odcinki są ciekawe i innowacyjne – co widać w procentowym utrzymaniu uwagi. Dzięki temu, że widownia jest dość młoda jest również dość aktywna na kanale.

Wnioski: Crossy powinny być przemyślane ich potencjał powinien zostać wykorzystany na 100%. Należy lepiej wykorzystywać aktywność widzów czy to poprzez posty na „Społecznościach” czy poprzez ankiety w Kartach.

KONIE
C

ABSTRA
CHUJE
TV

ABSTRA
CHUJE
plus

deksy



NP
NOWE POKOLENIE

DLA
PIENIĘDZY



MAKSYMALNIE



PARODIE
MUZYCZNE