



## Storie di creativi su YouTube: come ha fatto Bethany Mota a trasformare la fiducia in sé stessi in un “accessorio” imprescindibile

Nel giugno 2009, all'età di 13 anni, Bethany Mota ha lanciato il suo canale YouTube /MacBarbie07 per condividere i suoi suggerimenti creativi su moda e bellezza. Cinque anni dopo, un folto pubblico di oltre 5 milioni di iscritti della Generazione C (che complessivamente generavano una media di 20 milioni di visualizzazioni al mese) sembrava non averne mai abbastanza dei suoi tutorial, dei suoi video “haul” e dei suoi consigli sullo stile. Come ha fatto Bethany a passare dalla realizzazione di video nella sua camera al lancio di una propria linea di abbigliamento fino a comparire sui canali televisivi nazionali? Possiamo trarre tre importanti lezioni dal successo di Bethany.

### Informazioni sul canale YouTube

- <https://www.youtube.com/bethanymota>

### Obiettivi

- Condividere le sue passioni e i suoi interessi con il pubblico di YouTube
- Stabilire un canale di comunicazione diretto con i suoi fan
- Aumentare il numero complessivo di spettatori, iscritti e il tempo di visualizzazione dei suoi video

### Approccio

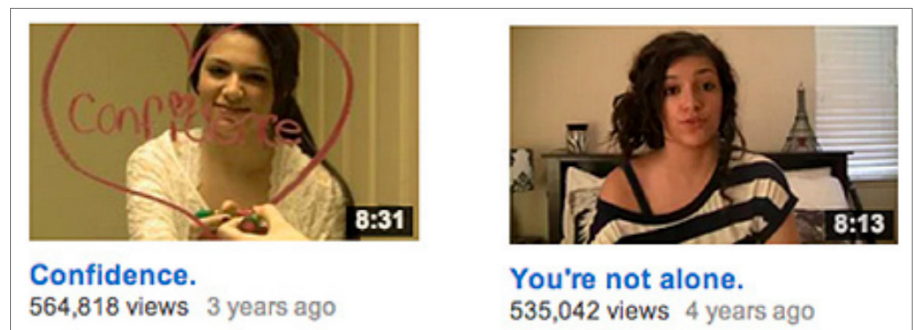
- Ha creato contenuti che fanno presa sul suo pubblico
- Ha caricato i video in modo costante e ha sfruttato la stagionalità
- Ha stabilito un contatto sincero con i suoi fan

### Risultati<sup>1</sup>

- 6,2 milioni di iscritti totali
- 20 milioni di visualizzazioni mensili (in media)
- 1,9 milioni di visualizzazioni per video (in media)

### Crea contenuti che fanno presa sul tuo pubblico

Nei video caricati durante i primi mesi, Bethany ha adottato molti dei **formati del settore moda e bellezza** che all'epoca iniziavano a riscuotere successo su YouTube. Caricava video “haul” (in cui presentava i suoi recenti acquisti), tutorial su come truccarsi e vlog con suggerimenti sulla moda giovanile. I suoi video avevano successo, ma il suo primo video a superare le 1000 visualizzazioni è stato un tutorial sul make-up ispirato alla popstar Selena Gomez. Bethany si è resa conto che, se sceglieva per i suoi video un argomento di tendenza e di forte impatto sul suo pubblico di destinazione, otteneva un aumento dell'esposizione. Il moderato successo di quel video ha consentito anche ai video successivi di raggiungere migliaia di spettatori.



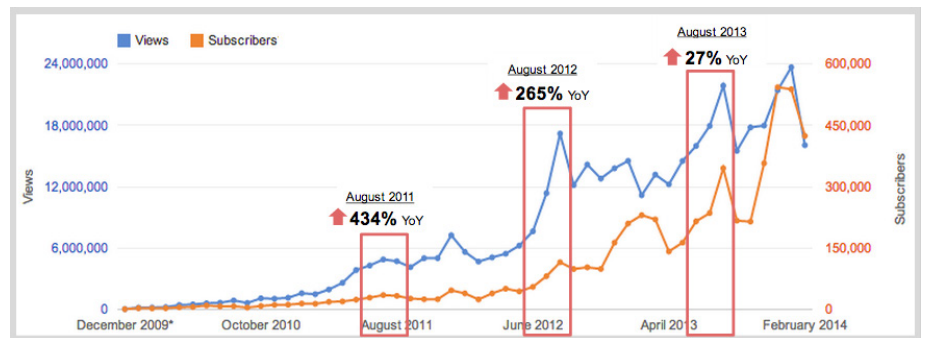
I video di Bethany sono molto apprezzati dal suo pubblico perché la sua personalità, il suo stile e i temi trattati si accordano perfettamente con gli interessi dei teenager, oltre a rispecchiare i suoi stessi interessi. Video come “You Are Not Alone” (2010) e “Confidence” (2011) affrontano direttamente tematiche fondamentali dell'esperienza adolescenziale: il bullismo e la fiducia in sé stessi. Inoltre, per incontrare i suoi fan, Bethany sceglie un ambiente familiare, dove si trovano anche loro: Bethany crea video “haul” e tutorial dalla sua camera da letto, utilizzando prodotti per ragazze facilmente reperibili al centro commerciale locale.

La scelta di adottare formati tradizionali sul tema della bellezza ha aiutato Bethany a sviluppare una strategia dei contenuti e, con il passare del tempo, ha consentito al suo canale di raggiungere 200.000 visualizzazioni al mese nei primi sei mesi. Questi formati continuano a rappresentare una parte importante della programmazione attualmente disponibile sul canale.

### Carica video con regolarità e sfrutta la stagionalità

Sin dall'inizio, Bethany ha caricato diversi video al mese e questa costanza ha favorito la crescita continua del suo canale su YouTube. Ciononostante, sono serviti 87 caricamenti prima che il canale raggiungesse 1 milione di visualizzazioni al mese, grazie ai contenuti di Halloween dell'ottobre 2010. Dopo il raggiungimento di questo importante traguardo, Bethany ha deciso di aumentare i caricamenti per l'anno successivo; alla fine del 2011 il canale registrava in media 5 milioni di visualizzazioni al mese.

Considerata la natura del suo pubblico (ragazze delle superiori), non deve sorprendere che in estate si osservi un aumento sia degli spettatori che del coinvolgimento. Una volta scoperto questo trend, Bethany ha iniziato a incentrare i suoi video estivi su suggerimenti di moda e bellezza attinenti al ritorno a scuola. Questo cambio di rotta ha dato i suoi frutti. Durante i mesi estivi del 2012 la ragazza ha totalizzato 36 milioni di visualizzazioni e, solo in agosto, ha superato i 17 milioni di visualizzazioni. Quell'anno Bethany ha consolidato la sua scalata verso la vetta della classifica dei video più visti su YouTube nella categoria moda e bellezza.



Visualizzazioni mensili e iscritti di Bethany Mota - Risultati senza precedent

L'estate continua a rivelarsi una stagione chiave per il canale di Bethany. I video a tema scolastico raggiungono una media di 2,3 milioni di visualizzazioni, che corrisponde al 125% in più rispetto alla media del canale. La maggior parte dei nuovi iscritti viene acquisita durante l'estate e i video riguardanti il ritorno a scuola attirano 1,5 volte più iscritti e Mi piace rispetto agli altri video.



### Stabilisci un contatto sincero con i fan

L'interazione è stata un'altra componente chiave del successo di Bethany. Nel corso degli anni si è costruita una potente community di follower interagendo con loro direttamente nei video, nei commenti e sui social media. Già nel

2010, dopo aver superato la soglia dei 6500 iscritti, ha festeggiato con un video per ringraziare i suoi fan. Ancora nell'ottobre 2012 ha festeggiato 1 milione di iscritti o "amici", come le piace chiamarli, rispondendo alle email dei fan e anche telefonando personalmente ad alcuni di loro.

Mentre i video “haul” e i tutorial generano un numero enorme di visualizzazioni sul suo canale, gli spettatori preferiscono interagire con i video che offrono un’interazione diretta con la community. Quando Bethany sollecita gli spettatori a rispondere a una domanda specifica o li invita a iscriversi al suo canale, i video ricevono per ogni visualizzazione un numero di commenti 10 volte maggiore rispetto alla media del canale.

I video con il tasso di coinvolgimento più elevato possono raggiungere 232 commenti ogni mille visualizzazioni. L’attenzione all’interazione è stata essenziale per attirare nuovi fan e mantenere il contatto con quelli già esistenti.

I video con Aeropostale hanno generato un numero di visualizzazioni 14,6 volte maggiore e un tasso di coinvolgimento 3,7 volte maggiore rispetto agli altri video sul canale del brand.<sup>2</sup>



### **Da MacBarbie07 a personaggio influente nel mondo della moda**

Bethany è letteralmente cresciuta su YouTube ed è diventata un personaggio influente famoso e un brand di successo. Il suo canale è iniziato come / MacBarbie07 e presentava una programmazione regolare di video “haul” e tutorial. Ma, a mano a mano che maturava assieme al suo canale, scegliendo

di programmare video sul ritorno a scuola e su altri contenuti accattivanti, Bethany ha cambiato marcia: ora ha assegnato al canale il suo nome reale come brand ([youtube.com/bethanymota](https://youtube.com/bethanymota)). Questa variazione rispecchia la sua personalità autentica e il profondo rapporto che ha instaurato con i fan. L’attenzione alla moda, le idee intelligenti sulla programmazione e il profondo rapporto con il suo pubblico hanno consentito a Bethany di diventare nel tempo uno dei creativi più popolari e più influenti su YouTube nell’ambito della moda e della bellezza.

---

#### SOURCES

1 Dati aggiornati a maggio 2014

2 Tubular Labs. Dati su visualizzazioni e coinvolgimento aggiornati al 24 maggio 2014.

© 2014 Google Inc. Tutti i diritti riservati. Google e il logo Google sono marchi di Google Inc. Tutti gli altri nomi di società e prodotti possono essere marchi delle rispettive società.