


[/Copa90](#)

Hedefler

- Global futbol kültürünün evi olmak: Futbolseverler tarafından futbolseverler için oluşturuldu
- Dünyadaki en iyi futbol öykülerini sergilemek
- Görüntüleme sayısını, abone sayısını ve izlenme süresini artırmak

Yaklaşım

- Yaptıkları her şeyde futbolseverleri kahraman yapmak
- Farklı bir programcılık anlayışı sunmak
- Global davranarak global kapsama ulaşmak

Sonuçlar

- 1 milyon abone
- Aylık 13,75 milyon dakikalık izlenme süresi (6 ayın ortalaması)
- Aylık 3,56 milyon görüntüleme (6 ayın ortalaması)

Dünyanın dört bir yanındaki bir milyon futbolseveri bir araya getirmek kolay iş değil. Copa90 bunu, futbolseverlerin son düdükten sonra toplanıp futbol dünyasında olup bitenleri tartışabilecekleri bir yer oluşturarak başardı ve yoluna devam ediyor.

Copa90, YouTube'daki yayınına 2012'de başladı ve üç yıl içinde futbol kültürü için bu platformdaki en büyük ve en ilgi gören yer haline geldi. Üç büyük turnuvayı izleyen ve 100'ün üzerinde şehri ziyaret eden Copa90 tüm dünyadaki futbol ritüellerini, futbolseverlik kültürlerini ve önemli futbol kişiliklerini gözler önüne serdi. Burada, Copa90'ın başarılı olmasını sağlayan dört stratejiyi ele alacağız.

1: Global olun

Copa90 global bir kitlenin ilgisini çekmek için dünyanın dört bir yanındaki futbol öykülerinin yaşandığı yerlere gidilmesi gerektiğini erken fark etti. Ekip birlikte beş kıtada videolar çekti. Bunun için destek gruplarıyla, kulüplerle ve oyuncularla çalıştılar. Maçlara ve turnuvalara katıldılar ve sokaklarda maç yaptılar.

Copa90'ın ürettiği tüm içeriklerin arasında, uluslararası kitlede en fazla ses getirenler tüm dünyadaki kulüpleri derinlemesine inceleyen belgeseller oldu. Kulüp taraftarlarının profili çıkarıldı ve izleyicilerin birçoğu o bölgede yaşayanlar oldu. Ekip bunu en üst düzeye çıkarmak için, içeriğin onu en çarpıcı bulacak olanların yer aldığı ağlarda paylaşılmasını sağlamak üzere sağlam bir dağıtım stratejisi izliyor.



2014 Dünya Kupası sırasında taraftarlarla ve Brezilya'nın sokaklarında çekilen Brazil's Craziest Fans - in Curitiba videosundan bir kare. Bu videonun paylaşımlarının %88'i Brezilya'dan geldi.

Kanalın genel merkezi İngiltere'de, ancak abone tabanının %79'unu İngiltere dışındaki aboneler oluşturuyor, bu da global programcılık konusundaki kararlı tutumlarının karşılığını fazlasıyla aldıklarını gösteriyor.

2: Taraftarları kahraman yapın

Kendi ifadesiyle, Copa90 "global futbol kültürünün evini yaratarak futbolu taraftarlar için kazanmayı misyon edinmiş durumda: futbolseverler için futbolseverler tarafından". Bu misyon Copa90'da hep ön planda ve her yerde karşınıza çıkıyor. Hepsi birer futbolsever olan sunucular tarafından bir mantra gibi tekrarlanıyor ve içeriklerinde daima yer alıyor.

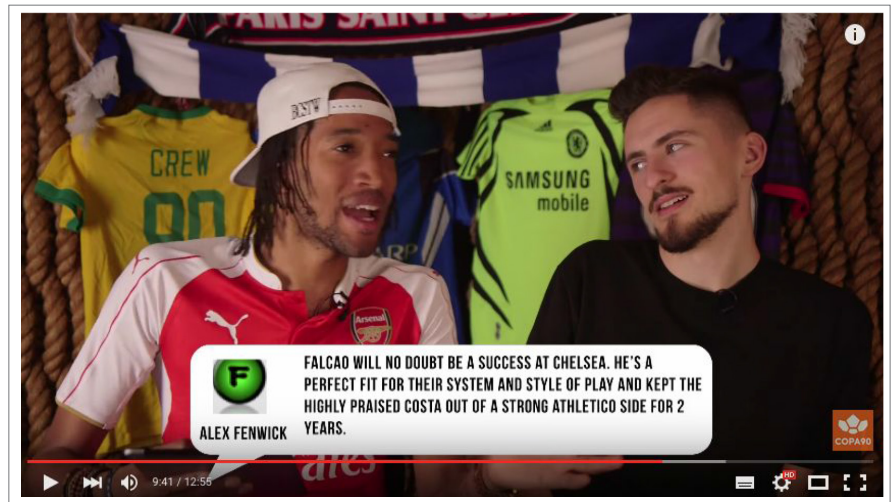


Münih'teki Bayern taraftarlarıyla çekilen bir belgesel film olan *This Is Bayern Munich* 'ten bir kare (131 bin görüntüleme)

Oyunun önemli anları ve arşiv görüntüleri Copa90'nın sundukları arasında hiçbir zaman yer almadı ve izleyicilerin de asla böyle bir beklentisi yok. Bunlar yerine videolarda 90. dakikadan sonrasına odaklanılıyor. Homofobi, futbol ve bilet fiyatlarından futbol dövmelerine, oyunlara ve Dünya Kupası meme'lerine kadar her şey ele alınıyor.

Futbol kültürüne ilişkin zengin içeriğe ek olarak kanal yapı olarak etkileşimli. Uzun süredir yayında olan format Comments Below tümüyle taraftarların düşünceleri ve yorumları doğrultusunda oluşturulmuş ve aksiyonun bir parçası olmak isteyen taraftarlar sayesinde kanaldaki etkileşimin üçte ikisinden fazlasını sağlıyor.

Bu format Copa90'nın başarısının anahtarı ve ekip iyi bir zaman planlaması ve hızlı bir iş döngüsüyle çalışıyor. Çekim, metin yazma ve montaj işlerinin tümü hafta sonunda oynanan maçlardan sonraki 24 saat içinde tamamlanmış oluyor. Ve Comments Below ile yetinmiyorlar: Ekip, izleyicilerini anladığından ve doğru içeriği oluşturduğundan emin olmak için taraftar tabanında her yıl bir anket yapıyor.

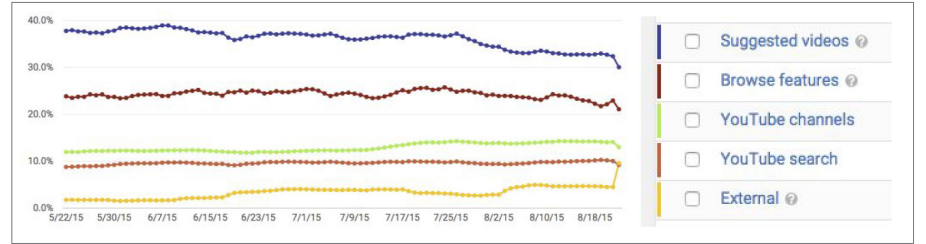


Copa90 topluluğundan gelen en iyi soruların ve tartışma konularının yer aldığı haftalık bir format olan Comments Below'dan bir kare. Her bölümde verilen güçlü harekete geçirici mesajlar taraftarları etkileşimde bulunmaya ve her hafta tekrar gelip video izlemeye teşvik ediyor.

3: Farklı bir programcılık anlayışı sunun

Eylül 2012'den bu yana, Copa90 izleyicilerde en fazla etkiyi hangisinin yarattığını bulmak için 20'den fazla farklı format denedi. Bu strateji, farklı içerik grupları saptadıkları ve ürettikleri anlamına geliyor ve bu içeriklerin her biri onlar için farklı bir rol oynuyor: rastgele video izleyenlerin ilgisini çeken ve kitlenin büyümesini sağlayan kısa, erişilebilir formatlar ve tutkulu futbolseverlerin ve sürekli izleyicilerin sevdiği daha uzun, ayrıntılı formatlar.

Bu şekilde geçen üç yıl kanallarında dengeli bir izleyici profili oluşmasıyla sonuçlandı. Birçok farklı kaynaktan trafik alıyorlar, diğer bir deyişle platformda çok kalıcı bir yer edinmiş durumdalar. Tek bir trafik kaynağına güvenmeyerek ve bu şekilde farklı kaynaklara yönelerek, ani bir düşüş yaşama tehlikesini oldukça azaltmışlar.



Copa90'nın farklı trafik kaynaklarını gösteren grafik, Mayıs 2015 - Ağustos 2015 arası

Copa90 sürdürülebilir bir kitle oluşturmada işbirliğinin önemini de fazlasıyla farkında. Ekip YouTube içerik trendlerini her zaman dikkatle izliyor, insanların kimi, nerede, nasıl izlediklerini çok iyi biliyor ve sundukları arasına yeni içerik temaları ve formatlar katmak için FoodTube, Lean Machines ve KSI gibi diğer içerik oluşturucularla çalıştı.

Copa90'nın bugün sürekli kullandığı üç format var, ancak programlarında bir kereliğine deneyecekleri içeriklere de her zaman yerleri var. Bu onların testlere ve tekrar etmeye devam etmelerini sağlarken bir yandan da planlanmış normal videolarıyla alakası olmayan markalar ve diğer YouTube içerik oluşturucularıyla işbirliği yapmalarına olanak tanıyor.

4: Kendinizi futbol camiasının bir parçası haline getirin

Copa90 İnternet'teki futbol topluluğu arasındaki diyalogun gücünün tümüyle farkında ve platform dışı büyük bir zaman yatırımı yaparak bunu başarıyla bünyesine katmış. Kanalin on ikinci adamı olan #copafam'ı başlangıçtan bu yana geliştiriyorlar ve artık YouTube dışı platformlarda 2 milyondan fazla üyeye sahipler.

Copa90 toplulukları ve sosyal platformları, ekibin ürettiği her şeyin temel bir parçası ve prodüksiyon ekibi her bir bölümdeki öykünün her bir platformda nasıl anlatılacağını göz önünde bulunduruyor. Bölümlerin yanı sıra Twitter için içerikten bölümler, Facebook için fragmanlar hazırlıyorlar, Snapchat'te canlı kamera arkası görüntüleri yayınlıyorlar ve abonelik tabanlarını genişletmeye devam etmek için tüm bunları YouTube'a da koyuyorlar.



Güçlü bir topluluk oluşturmak ve diyaloglara katılmak için gösterdikleri tüm bu çabalar sayesinde kendilerini, videolarını ve misyonlarını sürekli olarak yeni kitlelere tanıtıyorlar.

Sonuç

Copa90 kendini global futbolsever camiasının merkezine yerleştirdi ve futbol kültürünün evi olarak YouTube'da vazgeçilmez bir yer edindi. Taraftarlarla tanışmak ve onların öykülerini anlatmak için dünyayı dolaştılar ve gittikleri her yerde iki yönlü iletişimler kurdular.

Bu süreç içinde farklı formatları test ederek, YouTube'da sürekli büyüyen ve çeşitliliği artan kalıcı bir yer edinmeyi başardılar.