

如何做

成功地做到

MRBEAST 制作团队

Hi

嗨，我是吉米 (MrBeast)。随着团队的不断壮大，我已经无法像以前那样与每个人花更多的时间。最初的十几位员工可以不受限制地接触我，尽可能多地了解我的愿景和目标。可惜的是，你们没有这样的机会。因此，我觉得把我能想到的尽量写进这本小书里，对新来的员工帮助他们快速了解我们在过去十年里从这个频道学到的一切，会是很有帮助的。我们经历了很多，面对的大多数问题我们都已经解决过。所以我真心相信，如果你认真阅读并理解这里的知识，你会更好地为成功做好准备。因此，如果你读完这本书并通过我给的测验，我会奖励你 1000 美元。提前抱歉，句子有点长，语法也有问题，我是个 YouTuber，不是作家，哈哈。

这不是一本规则手册。

我想先说明，这个的目的并不是给你一堆规则去遵循。此外，我希望这里的内容不要被字面理解。我们所做的事情很复杂，会根据不同情况而变化。我希望你在心里重复三遍：“我会以保留的态度看待我所阅读的一切。”这并不是一个完整的清单，希望能激发你提出问题，并来找我们了解更多。

### 前奏（我不太清楚这是什么意思）

我可以为创意、制作、编辑等各个方面分别写一本书，但我觉得这样做很愚蠢。我们在这里所做的一切都是相互关联的，越了解他人正在做什么以及他们的目标，你就越能为成功做好准备。因此，这里将提供关于 MrBeast 制作各个部分的信息，我建议大家完整阅读。一个很好的例子是詹姆斯·沃伦。他对公司每个环节都有深刻的理解，因此能够比其他人更快地做出决策。他对你将要阅读的内容了如指掌。我见过一个五人团队为一个项目工作了一周，最终放弃，而詹姆斯却在 30 分钟内解决了这个问题。我这样说并不是为了在他面前炫耀，而是想展示深入理解这本书所带来的力量。你越了解我们为什么做这些事情以及我们的目标是什么

你完成得越多，生活就会越好。所以我们先从一些基本的内容开始。

### 你在这里的目标是什么呢？

你在这里的目标是制作出尽可能最好的 YOUTUBE 视频。这是这家制作公司的首要目标，而不是制作最精良、最搞笑或最好看的视频，也不是追求最高的画质。我们的目标是制作出最好的 YOUTUBE 视频。如果我们为此努力，所有想要的都会随之而来。听起来很简单，但经过六个月的磨砺，很多人往往会忘记我们真正想要实现的目标。

### 我不太清楚传统媒体是如何运作的

请原谅我的直言，但这里不是好莱坞，我也不想成为好莱坞。如果这句话让你感到不舒服，那么你可能在

这份工作不合适。我真心这么认为。YouTube 是未来，我相信它将年复一年地持续增长，五年后 YouTube 将超出任何人的想象，我希望这个频道能位于顶尖。这就是我说我们不是好莱坞的原因。99%的电影或电视剧在 YouTube 上都会失败。而且，它们会极其不盈利，缺乏灵活性，制作周期长，无法适应趋势。我们不是来每年拍一两部小电影的，我想每周拍一部，哈哈。这就是为什么你需要灵活，按照我们自己的方式制作内容，而不是按照你以前学到的方式。如果你想要成功的可能性最大，我恳请你深入了解我们为什么这样做，然后再去“修复”任何东西。我们制作了无数视频，花费了数十万小时共同建立我们的工作方式。我知道这并不完美，但我们对大多数事情的做法都有原因，而且这个原因可能还不错。

### 你工作的时间并不重要

在你生气之前，想想詹姆斯如何在 30 分钟内解决一个团队 5 个人一周都解决不了的问题。在这个例子中，他们工作了多少小时真的重要吗？显然，我们希望那些愿意投入时间并且非常喜欢你们的人。但最终，你们的评判标准是结果，而不是工作时间。我们是一家以结果为导向的公司。完成任务，推动目标的变化！

### 我只想要顶尖人才

当我打字时，我意识到将每个人分为三类可能并不是最明智的做法，但我认为我们应该这样看待生产团队中的每一个人。你要么是 A 类员工，要么是 B 类员工，要么是 C 类员工。这个公司只容纳 A 类员工。A 类员工非常执着，能够从错误中学习，易于指导，聪明，不找借口，相信 YouTube，看到这个公司的价值，并且在他们的工作中是世界上最优秀的。B 类员工是需要培训成 A 类员工的新员工，而 C 类员工只是普通员工。他们并不糟糕，但在工作中并不出色。他们只是存在，随便做做，拿工资，并不执着。

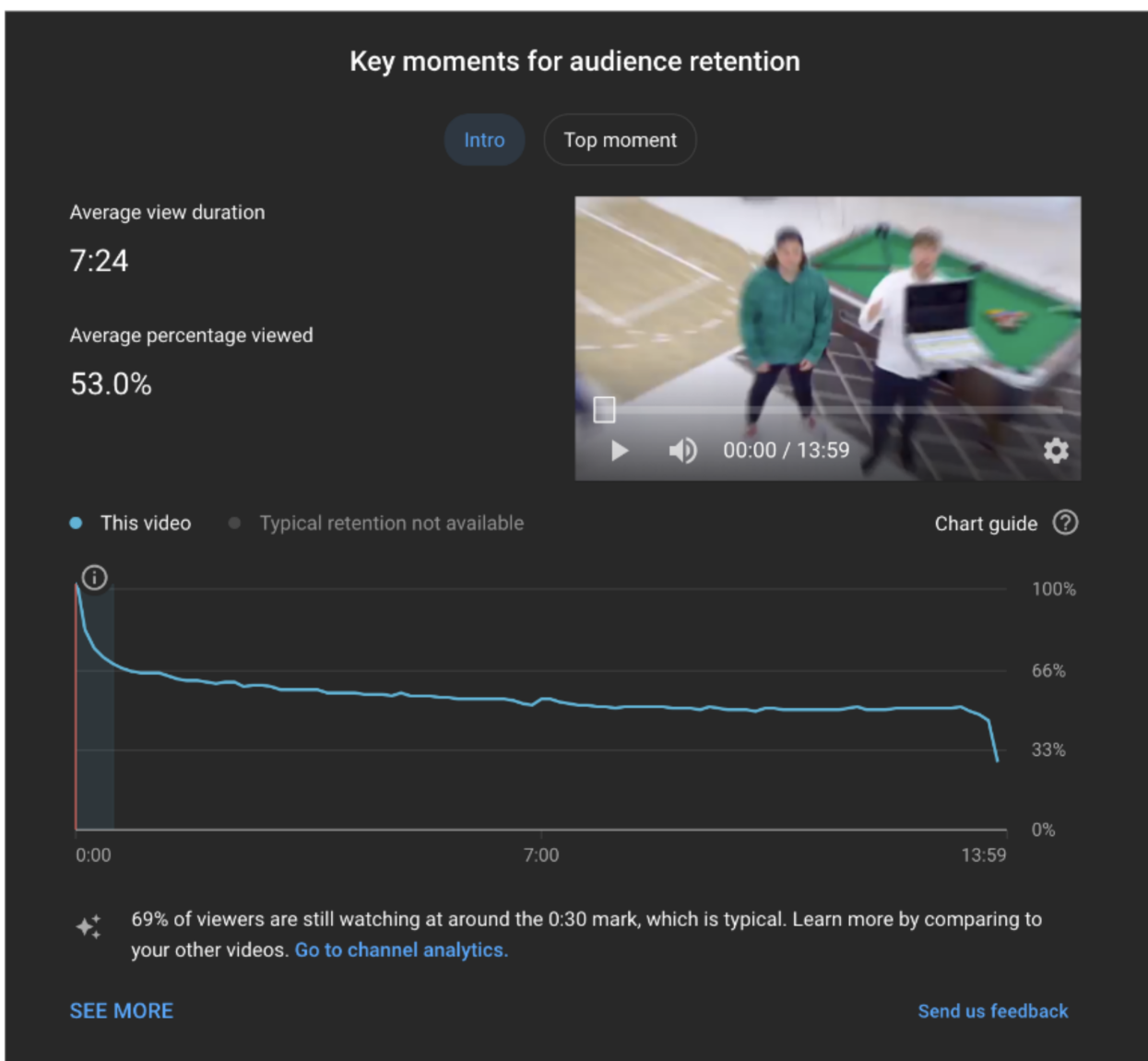
并获得薪水和学习。C 级员工是有害的，应该立即转到其他公司。没关系，我们会给每个人遣散费，他们会没事的)。

### 第 1 章：什么让 YouTube 视频变得病毒式传播？

我基本上花了 5 年时间锁在一个房间里研究 Youtube 上的病毒传播。有些日子，我和其他一些书呆子会连续 20 小时研究一些微小的细节：比如视频开头的光线更好是否与观众流失率较低有关（确实有关，视频开头要有好的光线，哈哈）或者其他类似的小事。经过大约 20,000 到 30,000 小时的研究，我可以对 Youtube 视频成功的因素有了很好的理解。你们需要关注的三个指标是点击率（CTR）、平均观看时长（AVD）和平均观看百分比（AVP）。确保你们了解这些缩写，因为大多数人会用这些来称呼它们。首先我们来谈谈 CTR。这在任何部门都是非常重要的。CTR 基本上是指我们缩略图在用户信息流中被多少人看到，除以点击它的人数。如果有 1 亿人看到我们的缩略图，而有 1000 万人点击，那么这意味着 10% 的人点击了，我们的 CTR 就是 10%。这决定了我们如何处理视频。“我在前院花了 50 个小时”听起来很无聊，你可能不会点击它。但你可能会点击“我在番茄酱里花了 50 个小时”。这两个标题在时间和努力上相似，但关于番茄酱的标题更容易引发病毒式传播。一个人坐在浴缸里的番茄酱中的图片比一个人坐在前院里的图片要有趣得多。标题同样重要，能够吸引人点击。提高点击率的一个简单方法是将标题改为“我活下来了”，而不是“我花了”。这样会增加更多的悬念，让内容显得更极端。通常来说，越极端效果越好。“我不喜欢香蕉”的表现不会和“香蕉是地球上最糟糕的食物”一样好。如果你从事制作或创意工作，可能会想，标题和缩略图对我有什么重要性？答案在于期望。你制作的视频的标题和缩略图为观众设定了期望。想象一下，你点击了一个标题为“世界上最大的充气城堡”的视频，缩略图上有一个巨大的黄色充气城堡和一堆高楼大厦。然而，当视频播放时，充气城堡并不是黄色的，而是红色的，而且也不是世界上最大的。这也是在一个没有建筑物的田野里，就像缩略图所示。你会觉得自己被欺骗了，然后选择离开，因为视频并没有达到标题和缩略图所带来的期望。这就是为什么你必须了解自己制作的视频的标题和缩略图！你如何知道该怎么做

这就是为什么你必须了解自己制作的视频的标题和缩略图。如果你连观众对你的期望都不知道，怎么能开始你的视频呢？

现在让我们来看第二个重要指标：AVD。这是人们平均观看某个视频的时长。YouTube 的一个很棒的地方是，他们为每个视频提供了非常详细的图表，显示我们在每个视频中失去观众的确切时刻。



你看到上面图像中的那条蓝线了吗？它代表了 6000 万点击这个视频的人的注意力持续时间。真是疯狂，我们可以准确地看到每个点击这个视频的人何时离开。就像几乎所有 YouTube 视频一样，前一分钟的流失率最高（去看看）。这就是为什么我们如此重视前一分钟，并且不遗余力地去优化它。

第一分钟的损失最大（去看看），我们要尽力做到最好。在这段视频中，我们在第一分钟就失去了 2100 万观众（与其他频道相比，这个数字出乎意料地高于平均水平），而且情况本来可能更糟。假设视频开头光线不好，我没有达到点击诱饵的期望，没有提前计划要说的话，也没有在内容的第一分钟放一些有趣的东西，我们的损失可能会远低于 2100 万观众。因为根本不会有 2100 万的观看次数，哈哈。但如果观看次数假设是固定的，那么在一分钟时，观众人数就不会是 3900 万，而更像是 2000 万观众。每个视频的前一分钟是最关键的。

在内容的前一分钟后，我们称之为第 1 到第 3 分钟。这是你需要从炒作转向执行的阶段（通常）。不要再告诉观众他们将要观看什么，而是开始展示给他们看。我们会使用的一个 1 到 3 分钟的策略是快速推进。假设我们有一个关于一个人在森林中生存几周的 10 分钟视频。与其将前 3 分钟讲述他第一天的经历，然后像一个合乎逻辑的电影制作人那样逐步推进，我们会尝试在前 3 分钟内涵盖多个日子，这样观众就会对故事产生强烈的兴趣。他们已经看到这个人在森林中生存了好几天，情感上也想知道他还能坚持多久。我们还想在三分钟左右进行一个叫做“三分钟重新参与”的环节。重新参与可以理解为与故事高度相关且令人印象深刻的内容。换句话说，这个环节是“只有 MrBeast 能做到的”。在这个时刻重新吸引观众非常重要，因为他们可能会对故事感到厌倦而选择离开。这些重新参与通常是视觉盛宴，有时需要大量的时间和金钱来打磨。一个很好的例子是卡尔在“每天生存监狱就能得到\$10,000”的视频中负责看管乔希。

在第一分钟之后，接下来的 1 到 3 分钟显然是我们所称的第 3 分钟到第 6 分钟，这是视频中下一个最重要的部分。在这里，你可以规划出所有最令人兴奋和有趣的内容，这些内容也非常简单。这包括大量快速的场景切换和高度刺激的简单内容，反映了故事。我们的目标是让观众爱上这个内容。

这段视频包含了许多快速的场景切换和高度刺激的简单内容，展现了故事、视频中的人物以及整体视频。如果我们能让观众观看视频的前半部分，他们很有可能会看到最后。通常在 6 分钟时，我们会加入另一个非常有趣的内容来重新吸引观众，但需要更多的解释，并推动视频后半部分的故事发展。

最后，我们谈谈所谓的后半部分内容。在写这段话时我必须小心，因为我不想让你觉得我对低质量内容感到满意。许多视频因为后半部分内容糟糕而被淘汰，哈哈。一般来说，一旦观众观看了 6 分钟，他们就会对故事产生极大的投入，可能会进入我所称的“沉寂”状态。他们在观看视频时甚至没有意识到自己在看视频。通常，质量较差的内容会出现在视频的后半部分。除非是为了在视频结尾制造悬念，否则永远不要暗示视频的结束。这也是长篇解释部分可以存在的地方，如果发生意外情况或事情没有按计划进行，这可以转化为内容。

上述段落解释了我们为什么会询问你正在处理的视频的具体分钟标记。无论是制作、创意还是编辑，你都必须清楚自己正在处理的内容的分钟标记。如果你不知道这一点，那就说明你没有做好。我刚刚用计算器算了一下，我们最近 100 个视频的总时长是 81,801 秒，平均每个 mrbeast 视频大约是 818 秒，或者 13 分钟 37 秒。有些视频较短（例如实时拍摄或情感内容时不想拖得太长），而有些则较长（比如赠送一个岛屿这样的盛大场面），但 13 分钟是平均时长，因此在制作时你需要知道自己正在处理的那 13 分钟中的哪一分钟。

既然我们在谈论留存图，这里有一个很酷的可视化效果



The shape of the audience retention graph can tell you which parts of your video are most and least interesting to viewers.



When the line on the chart is flat, it means viewers are watching that part of your video from start to finish.



Gradual declines mean viewers are losing interest over time. All videos on YouTube generally taper off during the playback period.



Spikes appear when more viewers are watching, rewatching or sharing those parts of your video.



Dips mean viewers are abandoning or skipping at that specific part of your video.

影响传播的最后一个可追踪指标是 AVP，老实说这对你来说并不太重要。通常视频的长度由我或 Tyler 来决定。我只需要你让观众尽可能长时间地观看。

关于病毒传播的另一个不可追踪的因素，我想让你知道的是我们所称的“惊艳因素”，这绝对是最主观的。尽管你可以在点击率和观看时长上满足所有指标，但视频对我们来说仍然表现平平。“惊艳因素”的一个例子是我们的视频《圈内 100 天》。我们给了某人 50 万美元，如果他们能在一个田野里的圈子里生活 100 天，而不是从他将要住的圈子里的房子开始，我们在视频开始 30 秒后用吊车把房子搬进来。为什么呢？因为在 Youtube 上还有谁能做到这一点呢，哈哈。我们用吊车抬起房子的事实并没有为标题和缩略图增加任何东西。显然，这吸引了观众并提高了留存率，但我们有数百万种更简单的方法可以做到这一点。从数据的角度来看，这可能显得不合逻辑且浪费时间，但它给观众留下的印象对我们来说是无价的。每当我们做一些其他创作者无法做到的事情时，这就会在他们心中将我们区分开来，使我们的视频对他们来说更加独特。这改变了他们对我们的看法，确实让他们更愿意观看视频并参与互动

在他们心中将我们分开，使我们的视频对他们来说更加特别，更加与品牌相关。虽然你无法追踪“惊艳因素”，但我可以描述它。这是其他 YouTuber 无法做到的事情。而且我们绝不能失去这种惊艳感。

## 第二章：内容创作

对于接下来的部分，我想谈谈如何实际创建内容。我不会特别讨论任何生产系统，因为我们的制作方式几乎每年都在变化，哈哈。我只是想分享一些新手常常会犯的错误，以及我所期望的方向。我们的视频难度很大，如果你对我们视频的难度进行趋势分析，你会发现它们只会越来越难。这就是为什么我希望能找到世界上最优秀的人和那些对工作充满热情的人。如果你不成长，最终视频的难度会超出你的能力。无论是制作、创意、摄影还是剪辑，我希望你能对 YouTube 充满热情。摆脱 Netflix 和 Hulu，多看 YouTube，这无疑会让你在这里更加成功。你在 YouTube 上对我们世界的投入越多，理解也会越深

趋势：我们如何才能脱颖而出，更加独特，以及我们可以改进的地方等等。你真的应该尝试观看所有频道的每一部 MrBeast 视频。（这听起来很明显，但我这周问了好几个人他们对上周的游戏视频的看法，结果没有一个人看过。）

除了通过观看 YouTube 学习之外，我希望你能读一读《目标》，如果你还没读过的话。我以前总是让大家读这本书。我知道瓶颈是显而易见的，有时候听起来像是在和 10 岁的小孩说话，但就是对瓶颈这样简单的概念缺乏了解，导致了视频的问题。你们应该深入理解从视频进入日历到拍摄完成的整个工作流程。我在制定视频拍摄日历方面的表现并不理想，通常也很难坚持下去。假设你正在制作一个视频，而你负责的视频安排在 45 天后发布。在你开始工作之前，有很多事情需要处理。最重要的事情可能是你需要一个缩略图草图和创意团队来撰写视频内容。不要直接去找他们说“我需要创意，完成后告诉我”或“我需要缩略图，完成后告诉我”。这就是大多数人的看法

人们常常这样做，这也是我们失败的原因之一。我希望你能直视他们的眼睛，告诉他们他们是瓶颈，并进一步解释为什么他们是瓶颈，这样你们才能达成共识。“泰勒，你是我的瓶颈。我有 45 天的时间来完成这个视频，而在我知道视频内容之前，我无法开始工作。我需要你确认你明白这很重要，我们需要设定一个创意完成的日期。”现在这个人也有很多事情要处理，他意识到这个讨论的重要性，你们可以相应地优先处理。假设泰勒和你同意在 5 天内完成。你不能在 5 天后设置一个提醒，然后在这 5 天内不和他说话！每天都必须关注泰勒，确保他仍然在按计划完成目标日期。我希望公司里少一些借口。要承担责任，不要让你的项目有失败的机会。把你的瓶颈推给别人，然后就离开，直到事情完成，这种做法太懒惰了，会留下错误的空间。我希望你有这样的心态：连上帝都无法阻止你按时制作这个视频。每天检查，绝不要留有错误的空间。

对于接下来的部分，我想随意分享一些想法，并解释我们为什么会做或说某些事情。如果你能理解这些内容，你就会处于一个很好的状态。说真的，这些都是秘诀，你应该好好记住。

### 一切都在视频中

我真的希望我们能将制作视为团队的工作，而不是个人的事情。这就是为什么记录所有关键内容（以及任何你认为人们可能会问的内容）是如此重要。假设你去为一个月后的一个视频勘景，而你的团队其他成员正在忙于本周的视频。大多数人只是去勘景，可能拍一张照片，四处走走，试图在脑海中形成一个清晰的印象。然后一周后，当你回来时，这个视频已经成为泰勒的主要关注点，他开始询问关于场景的细节，而你却记不太清楚。问题越来越详细，而你只能依靠脑海中的记忆。你们的制作团队其他成员也需要开始规划一些内容，但他们不知道这个场景的样子，这就变成了一场混乱。这就是我们为什么说视频无所不包。是一个人对其某件事有良好的心理把握更重要，还是他们整个 10 人的团队有良好的心理把握更重要？

哪个更重要，心理上对某事的把握？显然是团队。让团队在同一页面上最简单的方法就是把所有内容都录制下来，并存放在他们可以随时参考的地方。如果我们能录制一些视频，并在订购时要求提供视频，很多问题就能得到解决。尤其是我个人是个视觉型的人，总是想看看事物的样子，因此对我来说，视频非常有价值。录制一切视频。

### 说出负面内容

标题已经说明了一切。不要仅仅告诉团队或我某件事情的好处，告诉我们为什么不好才更有价值。我找到了我们视频需要的城堡！但它全年都被预订，超出了预算，上周还有人死在里面。

### 这是你的责任，去追踪承包商

我知道我之前谈过这个，但如果有一件事我想强调，那就是你不能随便抛弃并忘记你的项目。我无法忍受有人把项目甩给承包商，然后在拍摄前一天责怪他们没有准备好。这是你的责任，而不是承包商的。假设我们正在建造世界上最大的水气球，你需要一个人来为它制作一个巨大的木架子。大多数人会打电话给像 JB 这样的人，让他在拍摄日之前完成。但实际上，你应该提前在一定的时间框架内完成（你需要根据项目的情况来判断），以便如果出现问题，我们可以进行调整。然后你需要决定它是否是一个关键组件。如果是的话，你应该开始准备一个备份，并在准备备份的同时，每天与 JB 联系。请他每天发送视频，以便及早发现问题，甚至可以每天和他沟通两次。我不在乎，只要不要留有错误的余地。没有借口，停止留有错误的余地。每天检查，接收视频，并提前几周知道你是否麻烦，而不是几天。

### 我并不总是正确

我知道这听起来很惊人。我年轻，我会坦诚地承认我并不完美。我保证，这个星球上没有比我更希望我们成功。无论你多么努力，你都无法在这家公司投入比我更多的时间，但我不能保证我总是正确。话虽如此，你可以通过一些方式帮助我更频繁地做出正确的判断。首先，你需要理解我所处的环境以及我的思维方式。这本书主要是为我们的制作公司而写的（顺便提一下，这是最重要的公司，支撑着其他一切的成功，没有视频，其他一切都会失败），但这并不是我所有的工作。我必须成为每个游戏视频、反应视频、慈善视频、抖音、Instagram 帖子以及主频道视频的主要人才。这基本上相当于三份全职工作，像给人发送生日视频、参加活动、建立人脉等小事情都在不断累积，因为我是频道的面孔。除了作为主要人才，我还需要与每个频道合作，确保创意始终在发展，而不是变得陈旧，并且总体上要为他们提供愿景。基本上，我以高水平运营四个频道，胜过世界上任何人运营一个频道。我们还有 Beast Burger 和 Feastables，我仍然需要设定愿景并担任首席创意。此外，我们会将频道翻译成其他语言，并经营一家与其他频道合作的翻译公司。我每周多次需要联系其他 YouTuber，了解他们在测试或做什么，以便我能保持最新状态，确保我们没有遗漏任何信息。也就是说，我需要进行大量的网络交流。我想表达的是，我必须同时管理 4 个频道、3 个企业和一个慈善机构，并维护我们的形象。因此，当你需要我做某事时，请理解我对视频的了解可能不如你。如果你不告诉我，我就不知道。当你想从我这里得到答案时，最好先做一些研究，并带着背景和选项来找我。与其说“在即将到来的视频中我们将赠送一辆车，你觉得这辆雷克萨斯怎么样，它只要\$10,000”，这就是 99%的人问我的方式。不如这样做：“我们有一个即将到来的‘你更愿意’视频。在 6 到 9 分钟的部分，我们将赠送一辆车。我们仍然在预算内，这辆车的预算是\$10,000。我已经和项目经理确认过了。如果你真的想要，可以再增加\$5,000。我在北卡罗来纳州搜索了所有价格在这个范围内的酷车，这里是我找到的 5 辆，创意团队都已预先批准，全部在预算内。我还找到了 5 个其他备选选项，它们看起来不那么‘酷’，如果你想要更普通的选择。这里是所有 10 辆车的图片、里程和你想要的所有信息。”你觉得这些车中哪一辆最好，还是我应该考虑其他选择？如果你想看起来像..

如果你只关心自己的工作而不在乎视频的成功，就像第一个例子那样问我问题。如果你想承担责任，并提高视频成功的概率，请选择第二个选项。这不仅适用于我，也适用于任何你希望做出决策的高层人士)

## 关键部件

关键组件是你视频中不可或缺的部分。如果我想把 100 个人放在一个岛上，并把这个岛赠送给其中一个人，那么确保这个岛就是一个关键组件。无论岛上的挑战设计得多么周到，天气多么理想，没有这个岛就没有视频。因此，它是一个关键组件。另一个关键组件的例子是标题和缩略图。还记得之前提到的充气城堡的故事吗？缩略图上是一个黄色的充气城堡，而视频中却是一个红色的？你制作的视频的缩略图也可以成为关键组件。第三个关键组成部分的例子是，如果你团队中的创意向我提议一个包含 10 个挑战的视频，而我说“我喜欢这个视频，但主要是因为挑战 3 和 7，没有它们我就不喜欢这个视频”。挑战 3 和 7 现在对你的视频至关重要，因此成为了关键组成部分。关键组成部分可以来自任何地方，一旦你正在进行的工作被标记为这样的，你就会像对待自己的孩子一样对待它。没有你正在做的事情，我们就没有视频！不惜一切代价保护它，每天检查 10 次，痴迷于它，备份，如果需要运输，就付钱让人来取并送达，不要相信标准运输，任何事情出错的瞬间就要发声。永远不要对关键组件进行抛硬币（这意味着你在对视频进行抛硬币，价值超过一百万美元），而且总是应该比晚些时候更早地请我或詹姆斯来。

## 通信线路系统

作为一家公司，保持良好的沟通渠道非常重要。无论是在拍摄现场还是拍摄外，总会有人对视频的每个环节负责。如果多个人对同一件事负责，那就会出现问題，需要立即解决。理想情况下，跨部门沟通时，应该先向上再横向沟通。如果你跳过这个步骤，直接向下沟通，

理想情况下，跨部门沟通时，你应该先向上级汇报，然后再进行横向沟通，并打电话通知相关负责人。假设你是制作协调员，打电话给编剧，告诉他你需要一些关于用熔岩烹饪三明治的片段，这看似无害。然而，创意总监泰勒对此毫不知情，他不知道编剧正在做什么，更糟的是，他不知道在指导视频时这也是一个选项。制作总监威尔同样对此一无所知，在规划和跟踪视频进度时，他也不知道需要考虑这个。Willi 后来得知此事，以为 Tyler 已经批准了这个计划，便开始策划如何制造熔岩，结果浪费了 3 天时间在制作熔岩上，直到 Tyler 察觉到，问她为什么要做熔岩，而她对此毫无头绪，大家都感到困惑。这就是不遵循正确沟通渠道的后果。如果在请求这个计划时，能先联系 Tyler 和 Ali，就能节省几天的无谓工作。看似简单，但每周都会发生数十次，导致大量重复和三重工作。

### 创意可以节省开支

我不认为当我说我们这里没有无限的资金时会让人感到意外。我们不能让每个视频都超出预算，因为资金必须来自某个地方，但你面临着一个困难的局面，因为我总是希望能制作出更好更好的视频。这里的很多人肯定曾想过：“如果吉米希望我们控制预算，为什么他还总是让我们做这么多昂贵的事情？”或者“我知道吉米不会喜欢这个，所以我需要花更多的钱。”人们总是认为钱是解决问题的办法，认为只要多花钱就能满足吉米的需求。这是错误的，创造力才是关键。我经常用一个例子来和我们的游戏团队讨论。他们喜欢在每个视频中赠送现金。但是，作为游戏视频的奖品，哪个听起来更酷呢？2 万美元还是一年的多力多滋供应？对我来说，多力多滋更有趣，我相信我们的观众会觉得这非常搞笑。所以我们假设一年的多力多滋供应是每天 5 包，365 天，总共 1825 包。快速搜索一下，发现一包多力多滋的价格不到 1 美元，但我们可以四舍五入，直接说每包 1 美元。这样，我们视频的奖品从 2 万美元降到了 1825 美元，因为我们没有仅仅用钱解决问题，而是运用了创造力。这适用于你们每一个人所做的事情。无论是为视频寻找起重机、决定奖品、选择地点，还是寻找关键要素

选择位置的组件，或者做任何微小的事情，都要运用创造力来节省开支。因为每节省一美元，我就能为大家提供更多的稳定性，并雇佣更多的人来让你们的生活更轻松。如果你想在这里取得成功，就在心里默念 10 遍“创造力节省开支”。

### 一定要留出备份的时间

没有人能在拍摄我们的视频时做到 100%的成功率，无论是按时还是按预算。这是不可能的。但你仍然可以采取一些措施来提高成功的概率，其中最简单但最容易被忽视的就是预留一个备用拍摄日。当你花费数十万美元来确保拍摄场地、租用坦克等时，务必确保在出现问题时能够延长这些时间。这可能甚至与你的视频无关。某些

可能在游戏中出现问题，现在我需要把你的视频推迟一天来弥补。)我更希望拥有一个假设的 90%酷炫的坦克，拥有一个很棒的主人，他让我们生活更轻松，允许我随心所欲，并且可以额外支付一天的费用。相比之下，100%酷炫的坦克却是主人对我们的行为进行微观管理，并且没有备用日。这个例子很明显，我只是想激励你。在做这样的事情之前，始终要与创意团队确认，但备用日是必要的，理想情况下我们应该与那些看到我们价值并爱我们的人合作，这样他们会更加灵活。

### 不要轻易相信任何事情，始终要深入探究

你可能会注意到一个常见的主题就是问责制，这一点尤为重要。不要轻易相信任何事情，要深入调查。当与 MrBeast 制作团队以外的人打交道时，这一点尤其重要。如果有人说的事情好得令人难以置信，务必要找出原因。如果情况可疑，就要进行调查。如果你下周需要 10,000 个枕头，而你已经联系了 10 家枕头公司，结果没有一家有超过几百个库存，但第 11 家公司却神奇地有 10,000 个枕头，那就要好好调查一下。他们是在代发吗？这些枕头质量差吗？为什么没有人想要你的枕头？要追问并找到答案。人们常常认为他们的工作就是找到这 10000 个枕头并下单，但当枕头到达时，我们发现了问题，而距离拍摄时间太近，无法进行修正。不要过于相信他人



人们常常认为只要找到 1 万个枕头并下单，他们的工作就完成了。然而，当枕头到达时，我们可能会发现问题，而此时距离拍摄时间太近，无法在公司外解决。务必调查并核实他们所说的，否则如果他们没有履行承诺，那就是你的责任。

### 更高级的沟通方式

如果你和詹姆斯相处一段时间，你会发现他经常提到更高层次的沟通。这非常重要，但大多数人往往忽视。当你需要某个关键组件时，最糟糕的做法就是给公司的人发邮件。最好的方式是和他们面对面交流。你需要知道什么时候该打电话，什么时候该当面找人，什么时候该发短信。沟通方式越简单，误解就越多。当我在打字时，你根本无法知道我是在笑、微笑、开心、生气还是伤心。你无法理解我的肢体语言或面部表情，因此无法保证你能理解我所传达的意思。如果需要更多卫生纸，发个短信就可以了。距离视频发布还有一周，你正在处理的事情突然出现问题？至少要与视频的负责人进行一次多方通话。如果可以，最好面对面沟通。需要表达的内容越复杂，沟通的形式就应该越正式。先打电话，如果他们不接再发短信。

既然我们在讨论沟通，书面沟通只有在对方确认已阅读的情况下，才算真正的沟通。

### 接受自己的错误

我讨厌借口，尤其是当人们只想保全面子而不愿意从错误中学习时，我会感到非常厌恶。犯错是可以的！我真心希望你能犯很多错误，这完全没问题。这里的每位老兵在某个时候都让我损失过一百万美元，你可以去问问他们我是否曾经把这件事挂在他们头上。我之所以能接受失误，是因为我知道这就是学习的方式。我把这看作是对你和你的大脑的投资。

（这也是我对 C 级玩家零容忍的原因，他们必须立即离开。那些失误可以由 A 级玩家来犯，他们会记住所学到的东西）。我只希望你能从每个错误中学习，尽量不要重复，这样才会让人感到烦恼。我从来没有因为犯错而当场解雇过任何人，你没有什么好担心的。承担责任，这样我们才能一起解决问题，然后继续前进。

## 你的优先事项是最重要的

当你被分配任务时，应该有一个我们称之为优先事项列表的东西。如果阿里说你的优先事项是

- 1.) 买一辆不超过 20 万美元的兰博基尼
- 2.) 给它贴上动漫角色的包装
- 3.) 定制一个方向盘

在这个该死的星球上，绝对不允许任何事情妨碍你完成优先事项。如果其他团队请求你的帮助，而你花了两天时间去帮他们，结果在确保你的兰博基尼上落后了，那就是你的错。如果工作室着火了，你停下来灭火，结果没能拿到兰博基尼，那也是你的错。（开玩笑的，哈哈）但说真的，千万不要让任何事情优先于你的优先事项。

## 聘请顾问

顾问简直就是作弊码。如果你想做出世界上最大的蛋糕切片，首先可以联系那个曾经制作过最大蛋糕切片的人，哈哈。他已经进行了无数次测试，可以为你节省几周的时间。我想强调这一点，因为我非常相信顾问。由于我花了近十年的时间沉迷于 YouTube，我可以教一个新创作者如何在一个月内在将订阅者从 100 人增加到 10,000 人。单靠他们自己需要花费数年才能实现。顾问是上天的恩赐，请好好利用他们。在你被分配的每一项任务中，始终要问自己是否能找到顾问来帮助你。这非常重要，我要求你在心里重复三遍：“我在被分配任务时一定会检查顾问。”

## 数学科学的愿景与预算批准

你所需的一切都可以通过以上五种方式来解决：数学、科学、愿景、批准或预算。

不，意思就是不

在与 MrBeast Productions 以外的人打交道时，绝不要轻易相信“拒绝”这个答案。如果我们需要一个商店来购买里面的所有东西，而你打电话给当地的 Dollar Tree，接电话的人说“这里不能拍摄”，这并不意味着就不能拍摄。可以和其他员工聊聊，看看是否有粉丝，或者他们的孩子是否是粉丝，试着和他们的老板、老板的老板沟通，或者让我在推特上给他们发私信，联系他们的社交团队等等。如果所有的途径都尝试过后仍然得到拒绝，这并不意味着你就不能去其他 Dollar Tree，因为那些店的经理可能是超级粉丝，愿意放宽规则。总之，我想表达的是我们所说的“突破拒绝”。不要因为一个人告诉你不而停止，只有在所有可能的选择都用尽时才停止。这是众多工具之一，结合使用时能显著提高你在这里成功的机会。

### 每天制作多个视频

请不要进来，工作日只处理一个视频。

这就是你如何在未来的视频中落后，形成一个我试图打破的恶性循环。如果你放下所有事情，全心投入到一个视频中三天，那么这三天你的其他视频就会落后，最终你不得不放弃其他视频，专注于这些视频，这样一来，你只能关注眼前的事情，因为你失去了任何提前准备的时间。如果你一天只做一个视频，那你就算是作为 MrBeast 的员工失败了。

### 能够稳稳地握住相机

显然，每个人在公司中都有自己的角色。老实说，如果你能持续为我制作视频，并且成功率达到 90%，我不在乎你每天在水槽里小便，我依然会爱你。不过，话说回来，如果你能在某个时候接受我们拍摄风格的培训，那就更好了。当我们进行一次大型拍摄时，如果不是在本地，能不带 10000000 个制作人员和 100000 个摄影师就更好了。如果只有几个场景需要额外的摄影师，我希望我们不必飞、住宿、运输和照顾更多的摄影师，而是可以只带几个制作人员。

对于那些溢出场景，提供运输或创意帮助是必要的，因为通常摄像师越多，每个镜头的重要性就越低。








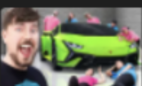


10 分制中，1 分是好的，10 分是坏的。

YouTube 有一个功能，可以将新上传视频的表现与之前的 9 个视频进行比较，并告诉你在前一小时、两小时、三小时、四小时等的观看次数排名。这是它的展示效果。

## Top recent videos

Views






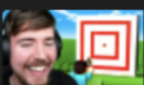
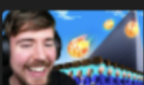

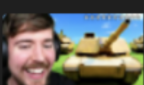

First 44 days 50 minutes:

1		\$456,000 Squid Game In Real Life!	198.5M
2		World's Most Dangerous Escape Room!	73.1M
3		\$10,000 Every Day You Survive Prison	57.0M
<p style="text-align: center;">57M</p> <p style="text-align: center;">46M      Typical      57M</p>			
4		Would You Swim With Sharks For \$100,000?	54.0M
5		Extreme \$1,000,000 Hide And Seek	52.9M
6		I Cleaned The World's Dirtiest Beach #TeamSeas	51.5M
7		I Got Hunted By The Military	51.0M
8		Last To Take Hand Off Lamborghini, Keeps It	49.7M
9		\$1,000,000 Influencer Tournament!	43.5M
10		First To Rob Bank Wins \$100,000	39.0M

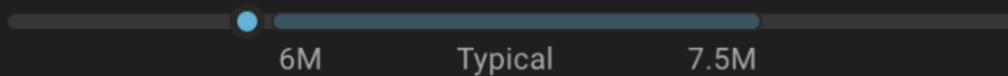
## Top recent videos

Views

First 1 day 3 hours:

1		\$45,600 Squid Game Challenge!	10.6M
2		100,000 Player Building Challenge!	7.9M
3		\$1 VS \$29,000 House!	7.8M
4		1,000 Tanks Vs Titan Enderman!	7.1M
5		Blowing Up Earth!	7.1M
6		Insane \$100,000 Challenge!	6.4M
7		World's Largest Challenge!	6.1M
8		10 vs 1000 Player Manhunt!	5.8M
9		GTA Wanted Level 100!	5.5M
10		World's Largest Experiment!	5.1M

5M



如果你听到有人问一个视频的评分是多少，他们实际上是在问这个。

## 你应该了解的一些有趣的事情

我快完成这一章了，然后我们可以开始创意。但在此之前，我还有很多关于内容制作的笔记，无法分成独立的部分，所以我想快速分享这些内容，让你在开始旅程之前至少听到一次。

不要让参赛者在阳光下等待（理想情况下，任何情况下）超过 3 小时。《鱿鱼游戏》花费了我们 50 万美元，而《男孩与女孩》让很多人退出。想了解更多，请咨询詹姆斯。

轰动效应是只有 MrBeast 频道才能制作的视频。并不是每个视频都需要成为轰动效应，我们明白这些视频制作起来很困难，但这正是它的意义所在。

我不喜欢片场有太多人。如果某个人是必要的，那没问题；如果不是，就把他们请出去，或者让他们在监视器后面观看。要创造一个让参赛者感到自然的环境。

我更希望你们之间能够诚实相待，而不是表面上和气。

不要对人才居高临下或做任何让他们感到不好的事情。我希望他们快乐，心情愉快，那些男孩对我来说非常特别。理想情况下，大多数与人才（克里斯、卡尔、钱德勒、诺兰）的交流都通过我、阿里或泰勒进行，以避免他们之间的误解。

我喜欢简单，越简单越好（适度看待）

我们经常会有变化，随时准备好一切可能会突然颠倒，哈哈

我希望花费的金额能够在镜头上显示。如果你花费超过 10,000 美元的东西却不会在镜头上出现，请认真考虑一下。

## 高强度工作

向外推力，而不是向内推力。

在拍摄前的几周熬夜，这样在拍摄前的几天就可以轻松一些。

如果拍摄时出现问题，一定要看看能否把它变成内容。一棵树倒在了你的车上，打破了我们需要赠送的 100 个花瓶？这真是太搞笑了，我们应该在视频里提到这个，哈哈。

可行性研究是为了确定视频的关键元素是否真的可行。举个例子，如果我想在世界上最大的建筑物里玩捉迷藏，进行可行性研究就意味着你在检查是否能够进入那栋建筑。如果可以，那我们就可以制作视频；如果不行，那就是可行性研究的目的，这样就不会浪费其他人的时间。

永远不要做任何可能让我们在公关上显得不好的事情。

我们经常制作场景的渲染图，以便提前了解它们的样子，这非常棒，对我帮助很大，因为我很依赖视觉，这让整个团队能够达成共识。然而，在进行这些渲染时，我想确保你了解“预可视化”和“概念”之间的区别。除非我们确实计划建造，否则请不要将渲染称为“预可视化”。如果只是为了激发灵感而制作的渲染，并且没有确定的建筑方案，请称其为概念。在我看来，这样可以大大减少混淆。许多人把一个概念当作预可视化来展示，大家期待它就是要建造的东西，结果却发现那只是一个概念，实际的场景则大相径庭。

## 第三章：创造力



我们是一家以创意为核心的制作公司。因为当创意引领拍摄的愿景时，产品总是会更好。因此，我认为你们理解创意的重要性是非常必要的。创意是推动我们一切工作的动力，也是我们内容的核心。具备创意并理解什么是优质内容，就像在制作、摄影和剪辑中拥有了作弊码。以制作过程为例。假设你被指派为我们寻找一个可以住 50 小时的城堡，在研究时你找到一个城堡和一个可以联系房主的电话号码。于是你拨打了电话，他接了电话。唯一的问题是，他说他已经退出城堡出租业务，去追求建造一个 100 英尺高的乐高投石机的梦想。你显然可以理解我想表达的意思。理想情况下，你应该意识到这真是太酷了，并试图说服他让我们在找到城堡时使用它。这个例子虽然很明显，但如果你做对了工作，你会进行大量的电话和数据收集。在努力完成优先事项并为视频做准备时，你应该时刻关注可以带给创意团队的新事物，以激励他们。因为就像我一样，他们不知道自己不知道什么，你不能仅仅说“我在制作中，我不是很有创意”，这简直等同于承认自己在工作上很糟糕。在解决问题时，你也需要保持这种心态，因为许多人在忙碌时会忽视这些重要的事情。如果出现问題，永远要问自己，你的新计划是否是对创造力最有利的选择，而不仅仅是最简单的应急措施。

### 我们内容的目的是什么？

让我感到兴奋。我们内容的目标就是让我兴奋。对你们中的一些人来说，这可能听起来有些奇怪，尤其是如果你是新来的，但对我来说，这才是最重要的。如果我没有兴奋地站在摄像机前拍摄视频，这件事就根本不会发生。我不虚假，我会保持真实，这也是频道表现如此出色的部分原因。如果我对这个视频没有兴奋感，那我们就完了。幸运的是，我可以说我是一个相当可预测的人。至少在这方面哈哈) 让我兴奋的是我相信能让观众快乐的内容。这一直是这样，也将永远如此。如果需要，我愿意数到十万，活埋自己，或者穿着世界上最大的鞋子走马拉松。我只想做让我快乐的事情，最终也让观众快乐。这个频道对我来说非常重要，我为它牺牲了很多。我与它有着深厚的情感联系，真让人感到伤感，哈哈。但这是我绝对不会妥协的事情，如果我觉得一部价值数百万美元的视频达不到我的标准，我会毫不犹豫地把它扔掉

但这是我绝对不会妥协的标准，对观众是有益的。我们必须始终追求改进和创新。摄影角度、节奏、故事、笑话、色彩、灯光、音乐、道具、演员、构图和创意，所有这些都必须不断提升和创新。因为这让我感到兴奋。这就是我活着的意义，看到这些视频越来越好，最终让观众感到快乐。

### 什么构成优质内容

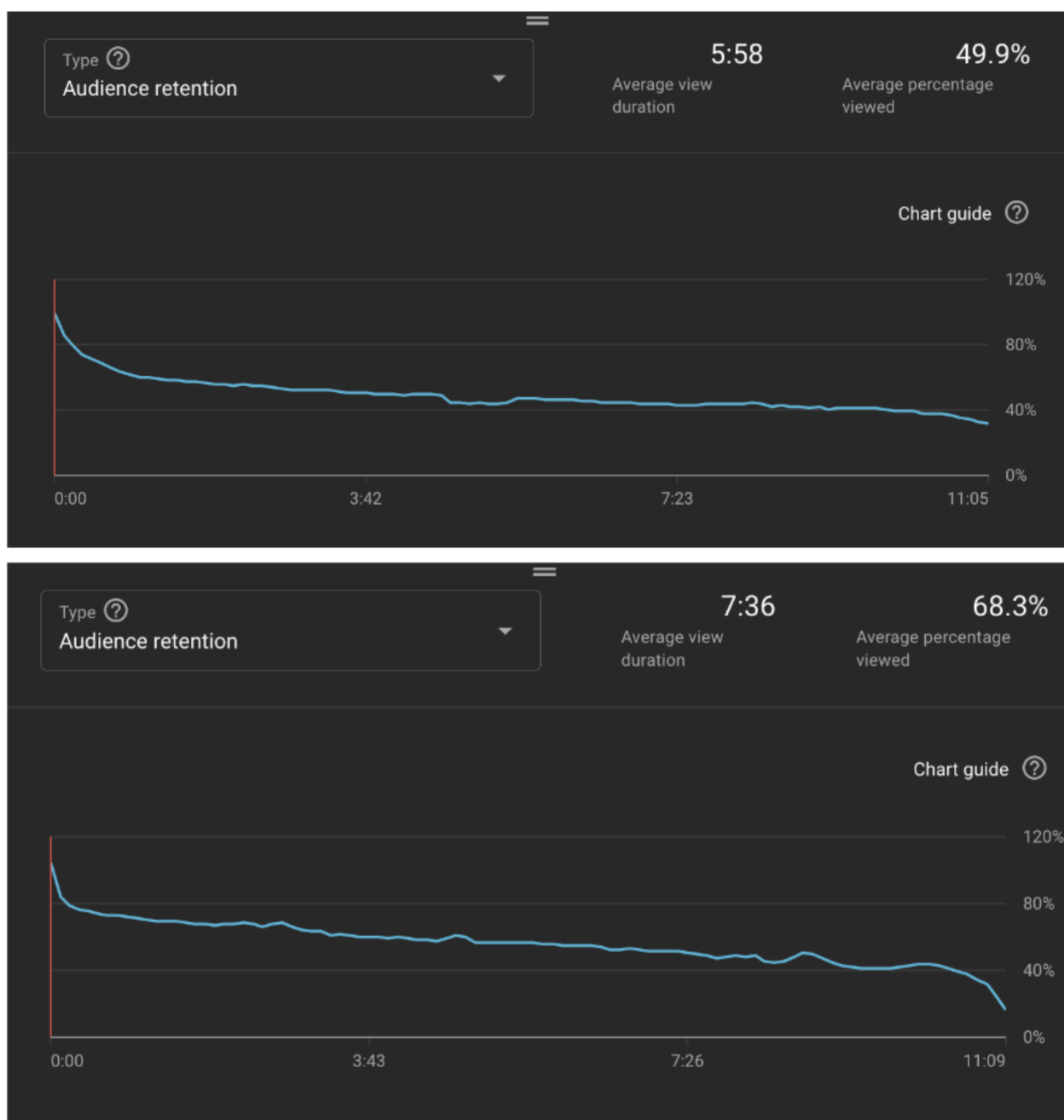
这就是事情变得主观的地方，我的大脑可能会变得混乱。我在这里写的内容的问题是，好的内容是无穷无尽的。实际上，任何东西都可以成为好的内容。比如说一个婴儿玩偶。你可以看看在五个人中，谁能用左手把它扔得最远。看他们用不太灵活的手扔婴儿玩偶，加上搞笑的音效，真是太搞笑了。你也可以选择另一种方式，准备 1000 个婴儿玩偶，看看需要多少个才能把它扔进 200 英尺外的婴儿床里。或者你可以看看需要多少个婴儿玩偶才能把一根 2x4 的木头折断。我想表达的观点是，即使是像婴儿娃娃这样简单的东西，也有无数种方法可以将其转化为令人惊叹、原创和有趣的内容。这是 MrBeast Productions 的秘密武器之一，我们并没有被旧的思维方式束缚住，你可以把任何东西都变成内容。好的内容可以是任何东西，始终保持开放的心态，永远不要停止创新。不过，既然这是 YouTube，就有一些限制。你知道视频不能只有一分钟，所以你显然需要一个故事来吸引观众，而讲故事是有规则的。我们的观众非常庞大，因此你必须简单明了，50 million 人理解某件事时，它必须是简单的。内容可以是任何东西，但我想教你如何将其塑造成有结构和规则的形式

因为病毒式传播并非偶然。我们视频的每一帧都将被数千万观众观看。

### 如何评估内容的成功程度

正如我在开始时提到的，关于病毒传播你关心的指标是点击率（CTR）、平均观看时长（AVD）和平均观看比例（AVP）。如果你想判断一个视频的内容是否优秀，只需在我们上传视频后查看它的 AVD 和 AVP 即可。

只需查看我们上传视频后的 AVD 和 AVP 数据，看看观众观看了多长时间以及观看比例，你就能清楚地判断他们是否喜欢这个视频。下面是来自同一频道的两段几乎相同长度视频的观看保留数据（我分享的所有 AVD 和 AVP 数据都是第一天的数据，以便进行公平比较。如果你不明白这是什么意思也没关系，这主要是以防万一马里奥看到这个，哈哈）。一个视频有 1.2 亿次观看，另一个只有 4500 万次。看看这些保留数据，看看你能否判断出哪个视频的观看次数是另一个的三倍。



答案是下方的图像。人们平均观看这个视频的时间比另一个同样长度的视频多了一分钟38秒！当然，它的观看次数是其他视频的三倍，YouTube 很清楚人们更喜欢这个视频！为了让你的视频表现良好，你必须尽可能提高他们的平均观看时长（AVD）和平均观看比例（AVP）。人们观看的时间越长，视频的表现就越好。这就是我对每一秒都如此严格的原因。

视频内容越精彩，效果就越好。开头要吸引观众，带他们进入一个引人入胜的故事，确保没有无聊的时刻，最后以一个令人满意的结局和突兀的方式结束视频。

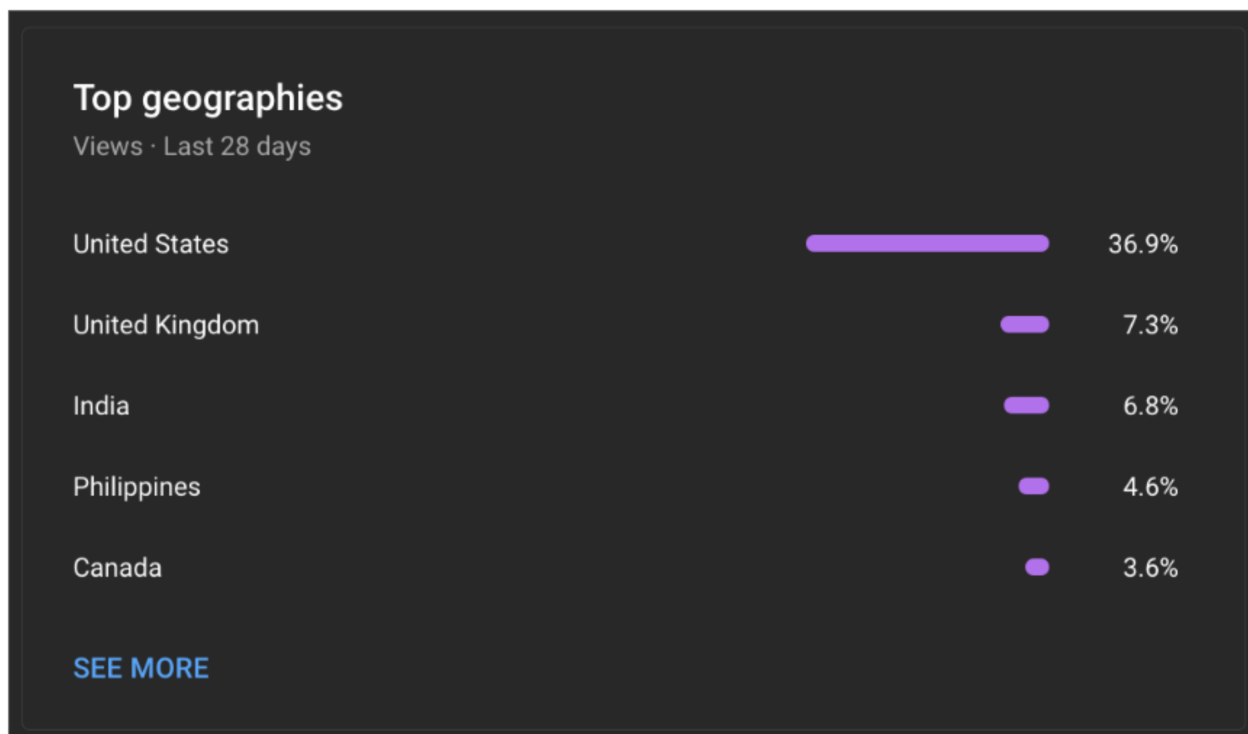
## 格式类型

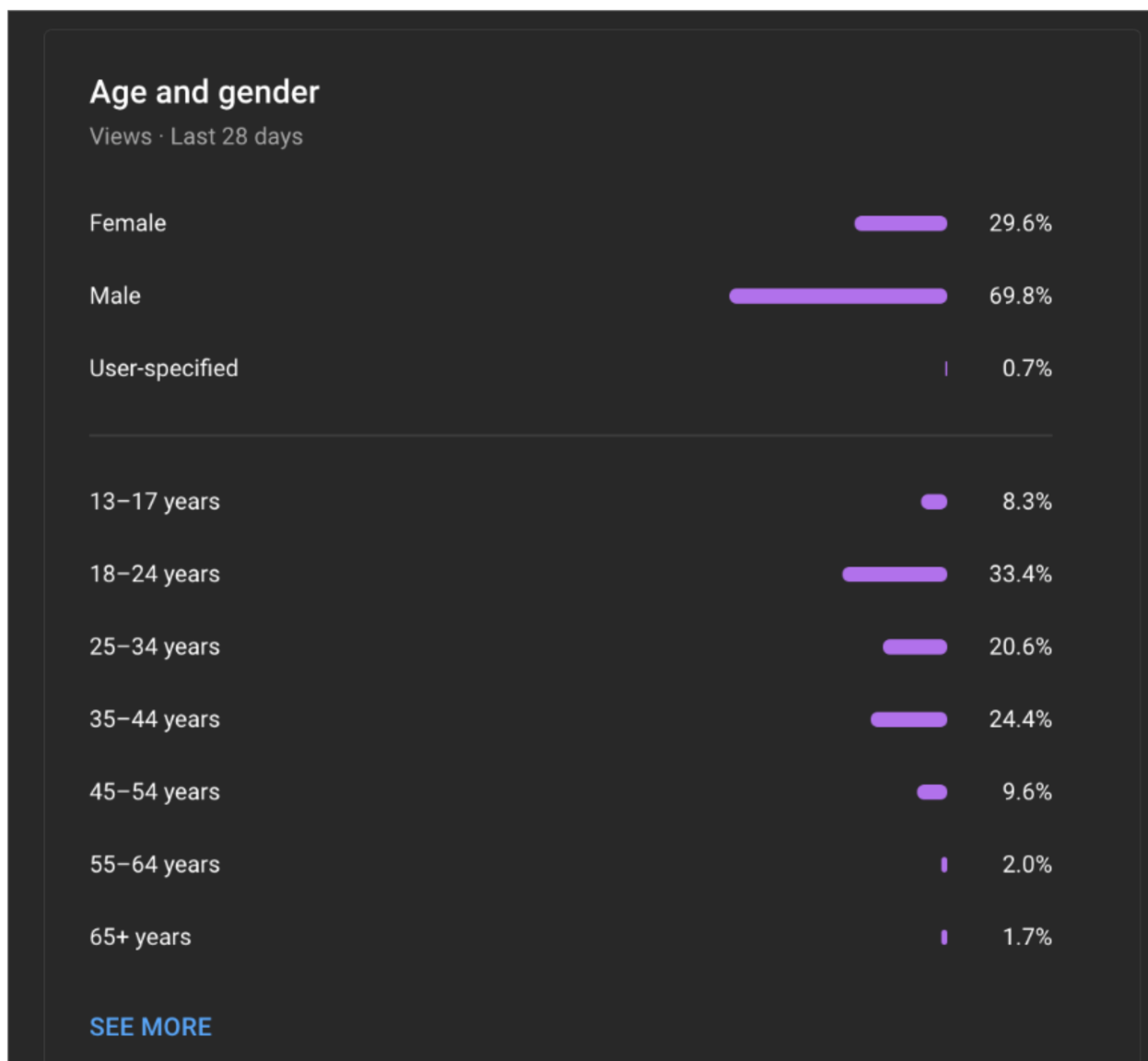
提高视频观看留存率的一种方法是为视频设定一个好的格式。以我们受欢迎的“最后离开”系列为例。这些视频成功的原因有很多，尤其是结尾的回报。你会发现，一旦开始观看最后离开的比赛，你就会对进展和挑战产生浓厚的兴趣。你非常想知道谁会最后离开圈子并赢得 100,000 美元。幸运的是，获胜者直到视频结束才会揭晓，因此只要我们不让视频变得无聊透顶，人们很可能会坚持看到最后。视频结尾的强大回报能够有效提高观看留存率。但显然，最后离开并不是我们唯一的格式。另一个我喜欢称之为“阶梯式”的格式也是一个例子。一个很好的例子是“我买了世界上最大的烟花”。这个视频一开始展示了各种烟花，然后点燃了一个 1 美元的烟花，接着是 10 美元、50 美元、375 美元、1000 美元、10000 美元，之后我们做了一些内容，然后是 40000 美元、100000 美元，最后是世界纪录。随着视频的深入，赌注越来越高。世界纪录的回报在最后，而这种格式非常美妙，允许你在内容上有所偏离，只要事情逐渐变得更精彩。我非常喜欢这种逐步升级的方式。另一种格式是我被追逐的情节，比如赏金猎人、军队、FBI。就像最后离开挑战一样，直到视频结束你才知道结果。会抓到我吗？我能逃脱吗？必须等到最后才能揭晓。

在这个频道的历史中，我们经历了许多不同的形式。早期一个非常受欢迎的形式是“向 Twitch 主播捐款”，人们对此非常喜爱。我会随机进入一些直播间，给主播捐赠 1 万美元，看看他们的反应。总的来说，我们做了大约 12 个这样的活动，当我停止时，人们仍然在请求更多，这正如史蒂夫·乔布斯所说，人们并不知道自己真正想要什么。观众可能认为他们想要一种形式永远存在，但实际上并非如此。他们渴望新鲜的事物（这很明显，因为每个重复使用同一格式多年的频道最终都会消亡）。这就是我不断放弃旧格式，寻找新形式的原因。理想情况下，同一格式的两个视频不应该连续播放，我希望它们之间能有多个不同的视频。

我们的目标受众是谁？

这里是后台的截图。 欧洲的比例很大，但由于被划分为各个国家，所以看起来并不明显)





我们的内容现在被每个人所观看。孩子们和他们的妈妈一起看视频，尽管我们的女性观众比例只有 30%。这仍然意味着每月有来自女性的九位数观看次数，而且是全球范围的（不过 50% 以上的观众仍然来自美国和欧洲）。尽管如此，如果让我总结一下，我会说，平均的 MrBeast 观众是一个喜欢视频游戏的青少年迷因爱好者。

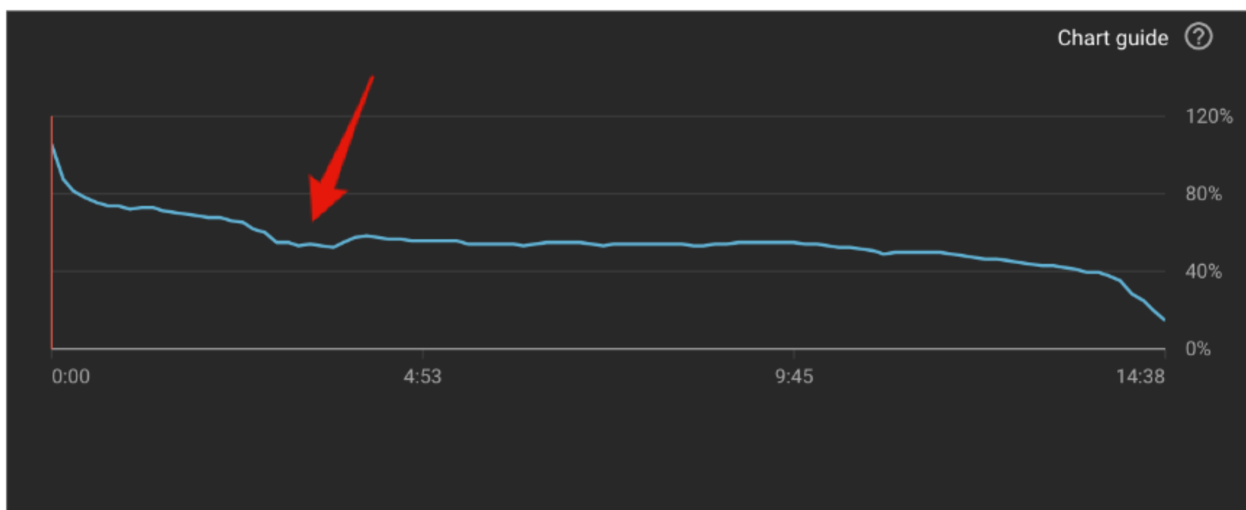
你一定要看看我们的视频

如果你打算为 Beast 品牌工作，你应该是这个品牌的粉丝。观看我们大量的视频能带来很多宝贵的知识。我觉得写这些话有点傻，但我总是和

观看我们大量视频的新朋友们，能获得很多非常有价值的知识，而他们最多只看过 5 或 6 个视频，这让我感到震惊，他们对此毫无问题，哈哈。正如我之前所说，我希望你能观看所有频道，尤其是主频道，因为你正在处理它。为了达到 60% 的熟悉度，我建议你观看我们最近的 50 个视频。如果你真的想深入了解公司的历史和我们经历的创新，我建议你从头到尾观看每一个视频，直到看到 1000 万订阅者的特别节目。（在我看来，之前的任何事情都是浪费时间）如果你看过我们自从达到 1000 万以来制作的每一个视频，你将拥有很多其他人没有的背景和信息，这会让你变得更加有价值。

### 品牌合作就是内容

如果你经常看 YouTube，可能会发现当有人做品牌合作时，内容往往显得无聊，像是在读稿子。我们对品牌合作采取了不同的方式，喜欢将其融入内容中，这样既不会影响观众的留存率，还能提高转化率。还记得我跟你说过，我们可以准确看到观众何时离开我们的视频吗？这是我们以前以传统方式做品牌合作时的留存率图表。



注意到品牌合作的地方有一个空白，这意味着观众跳过了这个部分并关闭了视频。现在这里有一张包含新风格品牌合作的留存率图表。





这个下降的幅度远没有那么戏剧化，大多数情况下我可以接受，以帮助资助视频。品牌合作就是内容！当我们把它当作内容来对待时，可以提高观众的留存率。我们需要让这些合作变得有趣。此外，有趣的是，最后一位赞助视频的首席执行官表示，他们的回报是 NFL 冠军赛广告回报的 1.7 倍。他提到，NFL 广告在第一天会带来大量客户的激增，但之后就会消失，而与我们合作的品牌则会在几天内获得巨大的激增，随后逐渐平稳，接着在我们再次上传时会再次激增（因为观众在看完新视频后会回去观看之前的视频）。即使在那之后，我们的视频通常每月也能获得超过一百万的观看次数，持续多年。也就是说，客户的持续流量非常可观。

## 了解文化

你在社交媒体上消费的内容，比如观看 YouTube、电视和玩游戏等，我称之为你的信息饮食。克里斯·泰森（我们的第一位订阅者和视频中的那个人）是一个完美运用信息饮食的典范。他真的是个非常搞笑的人。我一生中从未遇到过能像他那样让人发笑的人，直到我和他一起生活了几年，我才明白他为什么这么擅长这一点。他看了大量的卡通和一些愚蠢的东西。他的眼睛就像是為了吸收大量搞笑、愚蠢和让人脑袋麻木的内容。因此，他几乎可以引用《海绵宝宝》中任何一集的任何台词。

结果是他几乎可以引用海绵宝宝任何一集中的任何一句话，从他脑海中汲取如此多愚蠢的东西作为灵感来开玩笑和表现古怪。因此，他真的非常搞笑。但让我们想象一个不同的克里斯，假设他的信息饮食不是卡通和愚蠢的东西，而是股票和投资建议。在五年里，他只接触这些。你认为他会和现在一样搞笑吗？不会。在我看来，他甚至不会有 20% 的搞笑。如果你是编剧或导演，你真的需要监控和完善你的信息饮食。如果你的饮食不正确，你就无法很好地把握文化。我不想让你变成克里斯，事实上，我认为那可能会对你造成伤害。人才需要吸收卡通才能变得幽默，作家则需要汲取灵感。假设在澳大利亚中部有一种紫色水果，吃了之后会让你高出 2 英尺。如果它真的存在，你可能直到现在才会知道。但现在你知道了，你可以在今后创作的每一篇内容中以此为灵感。这是多么美妙，它可以在你脑海深处静静等待，直到有一天你需要它来制作某个视频。可能需要 10 个视频，甚至 100 个，但最终你会进行头脑风暴，想起合适的场景来使用这个水果。把这一点应用到这个该死的星球上的一切。你。无法。被。你。不知道。存在的。事物。激发灵感。那么，你如何去了解这个世界上还有什么呢？你是如何保持对最新表情包的关注的？你怎么知道名人们的动态？YouTube 上有什么热门趋势？其他创作者在做些什么？TikTok 上有什么新鲜事？你的信息摄入。每天都要接触一些能帮助你写出更好内容的东西。

男孩们可以表现得幼稚一些是没问题的

如果有人想在视频的白板上画个恶搞的图案或者做一些傻事，就让他们去做吧。前提是他们了解所有风险，并且明白这样做的安全性）人们喜欢我们展现真实的傻乎乎的一面。尽量支持这些男孩在拍摄时，帮助他们创造内容。让他们尽情发挥。

我们不做假事。

确保为参赛者做好准备，尽量营造一个让他们感到舒适的交流环境。

如果你写了一篇很棒的内容，但成功的机会只有 50%，那就再写一篇吧。内容是无限的，不要懒惰。

尽量让更多人阅读你的内容，以获取灵感，看看如何能让它变得更出色。

我希望我们的视频中能有一些名人。

请不要让我陷入必须说谎的境地，因为我不这样做，这样会影响视频的质量。

视频中充满了精彩瞬间

视频中的强度是无法伪造的

视频的结尾必须始终是突然的，以确保观众的留存。

这并不是一个真正的创意问题，但总的来说，在拍摄现场要保持专注和参与。拍摄的日子已经够紧张了，请务必发挥作用。

#### 第四章：你的职业生涯

如果你已经走到这一步，说明你对这份工作至少有些兴趣。因此，我想和你聊聊这个话题。因为如果你有雄心壮志，想把一生投入到工作中，你选择了美国最好的公司。我并不在乎积累大量财富，我深信应该奖励那些帮助公司实现目标的人。在我谈论这个之前，让我们先聊聊未来。目前我们有两个团队，明年将增加到四个。（可能在接下来的两年内达到八个，但我不能谈论这个，因为詹姆斯会杀了我，哈哈）。我们需要更多的领导者。我们需要勤奋、执着、可教、聪明、努力工作的人，在接下来的两年里能够站出来担任这些领导职位。每个部门都有机会让你成长，而你很幸运，因为我们不进行年度评估。我们可以随时进行评估。如果你想成为生产经理，告诉詹姆斯你的想法，并问他原因

如果你想成为一名生产经理，就要吸取教训并提升自己。说真的，他会给你一份需要改进的清单，帮助你成为我们所需要的人。如果你认真听取并掌握这些内容，我们会给你机会担任这个角色。唯一的问题是，大多数人认为自己比实际更优秀，当我们给他们改进建议时，他们并不认真对待，结果又想知道为什么自己没有晋升)。这不是一家官僚的公司。你不需要工作五年才能晋升，我讨厌“晋升”这个词。你帮助我们应对的责任、风险和各种麻烦越多，你的收入就越高。如果你想要更多，我们会很乐意帮助你培训，哈哈。这里有无限的成长空间。这不是一个过渡，而是你的终点

目标明确。我们一定会成功，并且将创造出令人惊叹的成就。我看到一个未来，这家公司将价值数十亿，甚至有一天达到数百亿。那些参与建设的人将会得到丰厚的回报。我希望你们能够全心投入，日以继夜地努力，成为这家公司不可或缺的核心。作为回报，我希望能为你们提供难忘的经历，一个有趣的工作环境，以及远超你在其他公司所能获得的薪水。现在请再读一遍，因为我保证你没有记住足够的信息。