

YOUTUBE • AFILIACJA • MONETYZACJA

Ile możesz zarobić na YouTube?

Kalkulator przychodów twórcy.

Policz scenariusze dla reklam, Shorts, afiliacji, współprac i modelu mieszanego.

reklamy

Shorts

afiliacja

współprace

tracker roczny

Nie kolejny poradnik „jak zacząć YouTube”.

To praktyczny materiał do liczenia, planowania i porównywania źródeł przychodu na własnych danych.

Najpierw założenia. Potem liczby.

Nie istnieje jedna uniwersalna stawka „za wyświetlenie”. Dlatego ten workbook opiera się na **Twoich własnych danych i scenariuszach**: wyświetleniach, RPM, kliknięciach, konwersji, koszyku i stawkach współprac.



Co celowo pomijamy?

Ten materiał nie powtarza instrukcji tworzenia kanału, generowania linków czy planu 30 dni. Koncentruje się na finansowej stronie monetyzacji YouTube.

Spis treści

01 Mapa źródeł przychodu

02 CPM i RPM

03 Kalkulator reklam

04 Kalkulator Shorts

05 Kalkulator afiliacji

06 Planner współpracy

07 Model mieszany jednego filmu

08 Symulator miesiąca

09 KPI i wartość kanału

10 Roczny tracker przychodów

Nie jedno źródło. Portfel przychodów.

Najbardziej stabilny model twórcy zwykle nie opiera się na jednej pozycji. Warto traktować kanał jak **zestaw kilku strumieni przychodu**, które można mierzyć osobno.

REKLAMY

Przychody platformowe

Wyświetlenia dłuższych filmów i reklamy przypisane do treści.

SHORTS

Osobny model rozliczeń

Wyniki Shorts warto analizować osobno od długich materiałów.

AFILIACJA

Prowizja za efekt

Kliknięcia prowadzą do ofert, a zarobek zależy od konwersji i stawki.

WSPÓŁPRACE

Fee za kampanię

Wycena zależy od zakresu, widowni, wykorzystania treści i rezultatów.

SPOŁECZNOŚĆ

Wsparcie fanów

Członkostwa, funkcje wsparcia i inne mechanizmy dostępne na platformie.

WŁASNA OFERTA

Produkt lub usługa

Sprzedaż własnych produktów, konsultacji, kursów lub innych rozwiązań.

Zadanie:

zaznacz 2 źródła, które już działają na Twoim kanale, i 1 źródło, które chcesz przetestować w ciągu kolejnych 90 dni.

CPM i RPM - nie używaj ich zamiennie

CPM

Koszt / przychód reklamowy przed uproszczeniem do Twojej wypłaty

CPM opisuje wartość 1000 emisji reklam w określonym kontekście. Nie jest tym samym co realny przychód twórcy na 1000 wyświetleń filmu.

RPM

Praktyczny wskaźnik do symulacji przychodu

RPM pozwala przeliczyć przychód przypadający na 1000 wyświetleń. Do własnych kalkulacji najlepiej używać danych z YouTube Analytics.

$$\text{Przychód} = \text{wyświetlenia} / 1000 \times \text{RPM}$$

Wstaw własny RPM z wybranego okresu. Nie zakładaj, że jedna stawka będzie działała dla każdego filmu, kraju i sezonu.

Co może zmienić RPM?	Przykładowy wpływ
Tematyka kanału	Różna wartość reklamodawców i intencja zakupowa odbiorców.
Kraj widzów	Różne rynki reklamowe i budżety kampanii.
Sezon	Wysoki lub niski popyt reklamowy.
Długość / format filmu	Inne możliwości emisji reklam i zachowanie widzów.

Ile dają wyświetlenia? Policz 3 scenariusze.

Poniższa tabela pokazuje wyłącznie **matematykę**, a nie deklarowane stawki YouTube. Podmień przykładowe RPM na dane ze swojego kanału.

Wyświetlenia	RPM 2 zł	RPM 8 zł	RPM 20 zł
10 000	20 zł	80 zł	200 zł
100 000	200 zł	800 zł	2 000 zł
1 000 000	2 000 zł	8 000 zł	20 000 zł

Wyświetlenia		views
Twój RPM		zł
Przychód		zł

Jak używać tabeli?

Nie porównuj swojego wyniku z jednym „średnim RPM z internetu”. Porównuj własne filmy między sobą: temat, źródło ruchu, sezon, długość i intencję widza.

Shorts licz osobno od długich filmów

Shorts korzystają z odrębnego modelu podziału przychodów, dlatego do planowania najlepiej używać **efektywnego RPM Shorts z własnej analityki**, a nie RPM z długich filmów.

Przychód Shorts = wyświetlenia / 1000 × efektywny RPM Shorts

To roboczy sposób porównywania własnych wyników - nie próba odwzorowania technicznego algorytmu rozliczeń platformy.

Wyświetlenia Shorts	_____	views
Efektywny RPM	_____	zł
Przychód	_____	zł

PORÓWNUJ

Shorts do Shorts

Analizuj serię materiałów o podobnej tematyce i czasie publikacji.

UŻYWAJ STRATEGICZNIE

Shorts mogą być początkiem ścieżki

Ruch z krótkich filmów może prowadzić do dłuższych treści, afiliacji lub własnej oferty.

Kalkulator prowizji z linków afiliacyjnych

$$\text{Kliknięcia} \times \text{CR} \times \text{średni koszyk} \times \text{CPS} = \text{prowizja}$$

CR wpisz jako procent konwersji po kliknięciu. CPS to procent prowizji od wartości sprzedaży, zgodny z warunkami danego programu.

PRZYKŁAD MATEMATYCZNY

1000 kliknięć $\times$ 3% $\times$ 250 zł $\times$ 8%
= 600 zł prowizji. To tylko symulacja mechanizmu,
nie prognoza zarobków.

NAJWAŻNIEJSZY WNIOSEK

Subskrypcje nie są wzorem na prowizję
Znacznie ważniejsze są kliknięcia, intencja
odbiorcy, konwersja i wartość koszyka.

Kliknięcia		klik
CR		%
Śr. koszyk		zł
CPS		%
Prowizja		zł

Nie zaczynaj wyceny od liczby subskrybentów

Współpraca sponsorowana ma więcej elementów niż samo „ile wyświetleń ma film”. Zanim podasz cenę, policz **zakres produkcji i wartość praw do wykorzystania materiału**.

Średnie wyświetlenia	
Format	integracja / dedykowany film / Shorts / pakiet
Czas produkcji	
Liczba poprawek	
Prawa do materiału	organiczne / paid / whitelisting / inne
Wyłącznie	
Dodatkowe formaty	Stories / post / newsletter / inne
Proponowane fee	

Praktyczna zasada:

oddziel wynagrodzenie za stworzenie i publikację materiału od dodatkowych praw, ekskluzywności i ponadstandardowych formatów.

Jeden film może mieć kilka źródeł przychodu

Najlepszy obraz rentowności daje policzenie **łącnego przychodu konkretnej publikacji**, a nie ocenianie każdego źródła w oderwaniu od reszty.

Źródło	Przychód	Jak policzyć?
Reklamy	_____ zł	views / 1000 × RPM
Afiliacja	_____ zł	kliknięcia × CR × koszyk × CPS
Sponsoring	_____ zł	uzgodnione fee
Społeczność	_____ zł	przychód przypisany do okresu / materiału
Własny produkt	_____ zł	sprzedaż × marża
RAZEM	_____ zł	sumuj wszystkie źródła

Patrz też na czas.

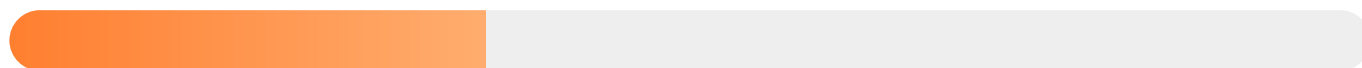
Film, który wygenerował 2 000 zł, ale wymagał 35 godzin pracy, ma inną ekonomię niż materiał z wynikiem 1 200 zł przygotowany w 6 godzin.

Przychód razem	_____	zł
Czas pracy	_____	h
Przychód / h	_____	zł/h

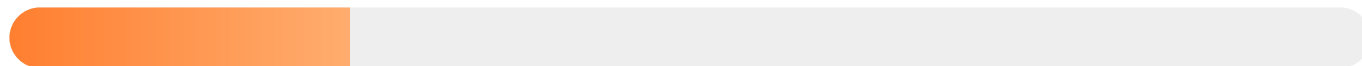
Policz kanał jak mini biznes

Pozycja	Liczba / baza	Przychód
Długie filmy	_____ filmów / _____ views	_____ zł
Shorts	_____ Shorts / _____ views	_____ zł
Afiliacja	_____ kliknięć / _____ transakcji	_____ zł
Współprace	_____ kampanii	_____ zł
Membership / wsparcie	_____ aktywnych	_____ zł
Własne produkty	_____ sprzedaży	_____ zł
PRZYCHÓD MIESIĄCA		_____ zł

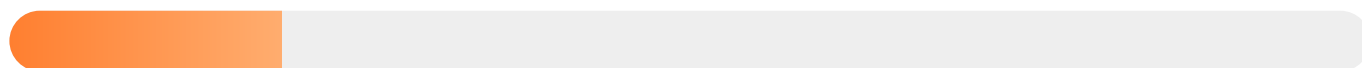
Udział źródeł w przychodzie



Reklamy: ____%



Afiliacja: ____%



Współprace: ____%

Cel dywersyfikacji:

nie chodzi o sztuczne wyrównanie udziałów. Chodzi o świadomość, które źródło dominuje i jak duże ryzyko powstaje, gdy jedno z nich nagle spada.

Co naprawdę zwiększa wartość kanału?

WIDOWNIA

Regularne, jakościowe wyświetlenia

Nie tylko liczba subskrybentów, ale stabilna oglądalność nowych materiałów.

INTENCJA

Odbiorcy gotowi działać

Komentują, klikają, pytają o produkty i wracają po kolejne rekomendacje.

EVERGREEN

Treści pracujące długo

Filmy, które zbierają wyszukiwania i kliknięcia także po tygodniach lub miesiącach.

DANE

Historia wyników

Znajomość RPM, CTR linków, CR afiliacji i rezultatów współprac.

Views

zasięg realny

RPM

przychód platformowy

CTR

kliknięcia w linki

CR

konwersja sprzedażowa

Wartość kanału rośnie, gdy potrafisz pokazać nie tylko zasięg, ale też jakość decyzji odbiorców.

To szczególnie ważne w afiliacji i rozmowach z markami.

Roczny przegląd przychodów

Miesiąc	Reklamy	Afiliacja	Współprace	Inne	Razem
Styczeń					
Luty					
Marzec					
Kwiecień					
Maj					
Czerwiec					
Lipiec					
Sierpień					
Wrzesień					
Październik					
Listopad					
Grudzień					

Raz na kwartał odpowiedz na 3 pytania:

Co rośnie? Co spada? Które źródło warto skalować przez kolejne 90 dni?

Nie pytaj tylko „ile płaci YouTube?”. Pytaj: jak działa mój model przychodów?

Najbardziej użyteczna liczba to nie cudzy RPM czy stawka za współpracę, lecz **Twoja własna ekonomia kanału**: przychód jednego filmu, miesiąca i całego portfela źródeł.

WIĘCEJ WIEDZY

Akademia Afiliacji

Poradniki o YouTube, linkach afiliacyjnych i monetyzacji treści.

webepartners.pl/blog →

MONETYZACJA

Programy partnerskie

Znajdź marki, które możesz promować na swoim kanale YouTube.

[Sprawdź programy](#) →

webePartners

Łączymy twórców i wydawców z reklamodawcami oraz pomagamy monetyzować skuteczne polecenia online.

[PRZEJDŹ DO PANELU](#)
→

Materiał edukacyjny. Przykładowe wartości w kalkulatorach służą wyłącznie do pokazania mechanizmu obliczeń i nie stanowią prognozy ani gwarancji zarobków. Zasady monetyzacji platform i programów partnerskich mogą się zmieniać - przed użyciem sprawdź aktualne warunki.