

## Anúncios em vídeos

### Transcrição

[00:00] Vamos falar de outro tipo de recurso que pode nos ajudar a utilizar melhor o Facebook ADS. Nós vimos a importância da imagem, das cores, do título, da chamada para convidar as pessoas a fazer determinada ação. Agora vamos falar dos vídeos. Pode ver na sua timeline a quantidade de vídeos que aparecem. As pessoas gostam de ver. Depois de passar por uma questão de tendência, percebemos que o vídeo tem um forte poder de impactar as pessoas e fazer com que elas prestem atenção. [00:48] Nós vamos ver alguns exemplos para ajudar a entender melhor como funciona. Nos outros cursos, já comentei que uma das maneiras para nos ajudar a ter inspiração para criar conteúdo para as nossas páginas é olhar os concorrentes ou aquelas páginas que nós admiramos. Copiar não é legal, a ideia não é essa, mas sim observar o que o mercado está fazendo, para termos uma inspiração. A partir do momento em que temos consciência do que podemos fazer, buscamos referências do mercado, colocamos nosso toque pessoal, conceitos da marca, para criarmos nosso próprio vídeo. [01:33] Vamos dar uma olhada na página do Nubank. Vou clicar em vídeos. Eu vou recomendar para a Patrícia que o vídeo é uma alternativa que podemos usar. Consequentemente, ela pode me perguntar o que iremos fazer. Preciso dar uma pesquisada para ver o que as pessoas estão fazendo. [02:27] Podemos ter vídeos tutoriais, explicando como usar determinada função do aplicativo. Isso já me deu uma ideia. Posso sugerir para a equipe de desenvolvimento um vídeo tutorial para novos recursos, curto. No caso da Nubank, eles identificaram que vídeos curtos são mais efetivos do que vídeos longos. Mas esse é o caso deles. Vou precisar verificar como essa dinâmica vai funcionar comigo. [03:40] A princípio, posso recomendar que façam vídeos mais curtos, justamente para falar de uma função do aplicativo que mudou, ou posso fazer vídeos maiores para testar. Não é porque deu certo para a Nubank que vai dar certo para nós. Preciso identificar o comportamento do meu público. [04:20] Vamos ver agora a página da Alura. Diferente do Nubank, que tem vídeos mais curtos, aqui temos a presença das lives, transmissões online com convidados, instrutores, para falar sobre determinado assunto. Esses assuntos podem levar a uma hora de discussão. É um formato diferente, mas de um recurso gratuito do Facebook. [05:20] Tem várias lives. Toda quinta-feira, às quinze horas, tem live. Se você for pensar numa estratégia dessas, pense em um dia da semana, em um horário. Isso ajuda a fixar na memória das pessoas. Se cada live acontecer em um dia e horário diferente, as pessoas vão ter que ficar olhando. Se estiver predeterminado, a chance de se tornar um hábito para quem tem interesse é maior. Programe-se. Isso vai facilitar muito a absorção por parte das pessoas que querem acompanhar o que você tem. [06:37] Você gostou da ideia, mas ainda não tem uma equipe para fazer isso. Confira o curso de Premiere que temos na Alura, porque pode ser uma boa ferramenta para se inteirar do assunto e criar seus vídeos de forma melhor. Tem mais funções para deixar sua presença digital profissional. [07:05] Pensando nisso, vamos trazer para o caso do Bytebank. Vi que tem dois tipos de vídeos bem interessantes, que são as lives e vídeos curtos. Vou acessar o Trello para criar uma nova lista. Ali, coloco as pessoas que possam estar envolvidas, porque já sei que a Patrícia vai perguntar os próximos passos. Posso colocar sugestões. [07:52] Em sugestões, vou começar a pensar em vários itens, e já tento achar a pessoa que pode falar sobre isso. Por exemplo, conheço uma pessoa dentro da empresa que pode falar sobre segurança nas compras via e-commerce. Tenho um advogado da empresa que pode falar sobre direito do consumidor, de forma legal. Depois, com a Patrícia, faço um pente fino para ver o que faz sentido. [08:56] É importante fazer essa pesquisa, o benchmark, e tentar extrair alguma coisa. Não deixe para amanhã, porque a chance de esquecer é maior. Teve ideias, anote. São coisas dinâmicas. Imagine se você muda algo bruscamente no aplicativo e as pessoas ficam perdidas. É bom sempre adiantar a comunicação. Por isso, posso pedir para a equipe de desenvolvimento avisar sempre que houver uma modificação, como vimos no Nubank. [10:15] A partir do momento em que tenho essas ideias consigo conversar com minha gerente, porque já vou ter algo mais palpável, junto com as ideias dela. Quando trabalho sozinha, meu campo de visão fica limitado. A partir do momento em que expando e coloco outras pessoas envolvidas, melhor a chance de fazer algo bom. Se você tiver a oportunidade dentro da empresa, troque ideias, porque elas também têm conhecimento da necessidade do cliente. Isso vai te ajudar a pensar em situações e oportunidades que podem melhorar seu relacionamento com o cliente e fazer com que você ganhe mais visibilidade. [11:22] Os vídeos são gravados online, no caso das lives, e depois ficam salvos. Toda vez que você for agendar um vídeo, você pode criar anúncios também no Facebook ADS. Isso vai te

ajudar a identificar o público com quem você quer falar, avisá-los com antecedência e reforçar o convite para eles assistirem. Essa é uma estratégia que podemos fazer de forma orgânica, sem pagar para aparecer, mas se você quer potencializar sua ação existe o recurso do Facebook ADS.