

YouTube MARKETING



ÍNDICE

01. MAIORES TENDÊNCIAS E MUDANÇA NO ALGORÍTMO PARA O FUTURO _____ Pág. 06
02. BENEFÍCIOS DE TER SEU NEGÓCIO NO YOUTUBE _____ Pág. 10
03. COMO FAZER DINHEIRO COM YOUTUBE (PASSO A PASSO) _____ Pág. 17
04. COMO CRIAR UMA ESTRATÉGIA ROBUSTA DE ANÚNCIOS _____ Pág. 26
05. PUBLICIDADE DE VÍDEO, COMO FUNCIONA? _____ Pág. 35
06. COMO OBTER MAIS VISUALIZAÇÕES? _____ Pág. 41
07. COMO FAZER A VERIFICAÇÃO DE SEU CANAL _____ Pág. 50
08. DICAS DE MARKETING PARA TORNAR O SEU CANAL VIRAL _____ Pág. 53
09. COMO SE TORNAR UM YOUTUBER DE SUCESSO _____ Pág. 60
10. TÉCNICAS DE SEO _____ Pág. 68
11. COMO PROMOVER SEUS VÍDEOS _____ Pág. 80
12. ESTUDO DE CASO _____ Pág. 89

SOBRE O AUTOR

LUCAS VINÍCIUS (TIO SAN) COMEÇOU A POSTAR VÍDEOS EM 2019.

EM APENAS DOIS ANOS, ELE CONSEGUIU ATINGIR A MARCA DE 2

MILHÕES DE INSCRITOS EM SEU CANAL. HOJE, O CANAL JÁ CONTA COM

MAIS DE 2.5 MILHÕES DE INSCRITOS. ALÉM DISSO, ELE É

PROPRIETÁRIO DE VÁRIOS OUTROS CANAIS, COMO TIO SAN PLAYS,

KATON PODCAST (EM SOCIEDADE COM O PETER JORDAN, MAIS

CONHECIDO COMO "EI NERD"), CORTES DO KATON PODCAST, ENTRE

OUTROS CANAIS GRINGOS QUE ATUALMENTE SÃO ANÔNIMOS PARA A

PROTEÇÃO DA INTEGRIDADE DO CRIADOR.

COPY RIGHT

De nenhuma forma é legal reproduzir, duplicar ou transmitir qualquer parte deste documento, tanto em meios eletrônicos como impressos. A gravação desta publicação é estritamente proibida e não é permitido qualquer armazenamento deste documento, a menos que haja permissão por escrito por parte do editor. Todos os direitos reservados. As informações contidas neste documento são declaradas como verdadeiras e consistentes, sendo que qualquer responsabilidade em termos de desatenção ou de outro motivo, por qualquer uso ou abuso de quaisquer políticas, processos ou instruções aqui contidos é de responsabilidade única e exclusiva do leitor. Sob nenhuma circunstância, qualquer responsabilidade legal ou culpa será imposta ao editor, referente a qualquer tipo de reparação, dano ou perda monetária causados por informações aqui contidas, direta ou indiretamente. Os respectivos autores são os proprietários de todos os direitos não detidos pelo editor.

Aviso Legal:

Este livro é protegido por direitos autorais, sendo exclusivamente destinado para uso pessoal. Você não pode alterar, distribuir, vender, usar, citar ou parafrasear qualquer parte ou o conteúdo deste livro sem o consentimento do autor ou do proprietário dos direitos autorais. Ações legais serão tomadas em caso de violação.

Isenção de Responsabilidade:

Observe que as informações contidas neste documento são exclusivamente destinadas a fins educacionais e de entretenimento. Todos os esforços possíveis foram realizados para fornecer informações completas, precisas, atualizadas e confiáveis. Nenhuma garantia de qualquer tipo está expressa ou implícita. Os leitores reconhecem que o autor não está envolvido na prestação de aconselhamento jurídico, financeiro, médico ou profissional. Ao ler este documento, o leitor concorda que, sob nenhuma circunstância, sejamos responsáveis por quaisquer prejuízos, diretos ou indiretos, incorridos como resultado do uso das informações contidas neste documento, incluindo, mas não se limitando a erros, omissões ou imprecisões.

INTRO DUÇÃO

O YouTube é a segunda maior ferramenta de busca do mundo. O advento do vídeo surgiu como uma mídia extremamente importante. Marcas, empreendedores, blogueiros e instituições usam YouTube como sua plataforma primária.

Além disso, o YouTube tem sido rival do Facebook como a maior plataforma de mídia social de todos os tempos – tornando a publicidade no YouTube ainda mais atraente que antes.

A gigante de vídeo online está disponível em 76 idiomas diferentes e em 88 países. Devido a esse nível de disponibilidade, o potencial de exposição para seu conteúdo de vídeo no YouTube fornece continuamente uma das ferramentas de marketing mais eficazes disponíveis - 24 horas por dia, 7 dias por semana, todos os dias.

Imperativamente, é necessário ter uma estratégia de vídeo no YouTube, especialmente, se você quiser alcançar um público global, já que o YouTube é o seu melhor canal para marketing com vídeo.

Você pode aproveitar melhorias no seu SEO, construir seu tráfego e reconhecimento de marca, expandir seu alcance social, comercializar para públicos no exterior, melhorar seu ROI e diversificar sua estratégia de marketing de vídeo com vários canais.

Este guia lhe dará a orientação de que você precisa para lançar sua primeira campanha no YouTube ou aprimorar sua estratégia atual. Então, comece já!

MAIORES TENDÊNCIAS E MUDANÇA DO ALGORITMO PARA O FUTURO

Se você deseja ter mais sucesso como **criador de vídeos** ou **manter o crescimento de seu canal do YouTube** a longo prazo, precisa estar atualizado sobre as recentes modernizações do algoritmos e as tendências de audiência.

Vamos dar uma olhada:

01 NÃO É MAIS APENAS SOBRE O CANAL:

Agora, o foco é em cada **vídeo e no espectador**. Você tem que obter o tipo certo de audiência para assistir ao seu vídeo. Por exemplo, o YouTube se livrou das sugestões do canal e agora tem sugestões baseadas no que é semelhante ao que você mais interage.

Em outras palavras, a **IA do YouTube** está tentando prever o que cada espectador assistirá e usa sinais como quantas vezes você assiste a um vídeo e se você se inscreve ou não em um canal. Você tem que entender o seu público e o que eles querem. Se você fizer isso, o YouTube promoverá os vídeos para você.

Além disso, existem dados diferentes para o comportamento do espectador, com base no dispositivo em que ele está. Você pode obter resultados diferentes dependendo de estar na TV, PC, celular, etc.

▶ 02 FOQUE EM UMA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

Em 2017, tudo se resumia a publicar conteúdo com mais frequência no YouTube. Naquela época, uma média de **67% das visualizações** ocorriam nas primeiras 24 horas após a publicação. Agora, é apenas cerca de **28%**. Isso significa que pode demorar um ou dois meses antes que seu vídeo realmente comece a ser veiculado e ganhe força.

O YouTube está promovendo fortemente conteúdo mais antigo agora. Você pode ter vontade de voltar e melhorar os **thumbnails** dos vídeos, mas **NÃO ALTERE A META DATA**, especialmente nos vídeos com bom desempenho.

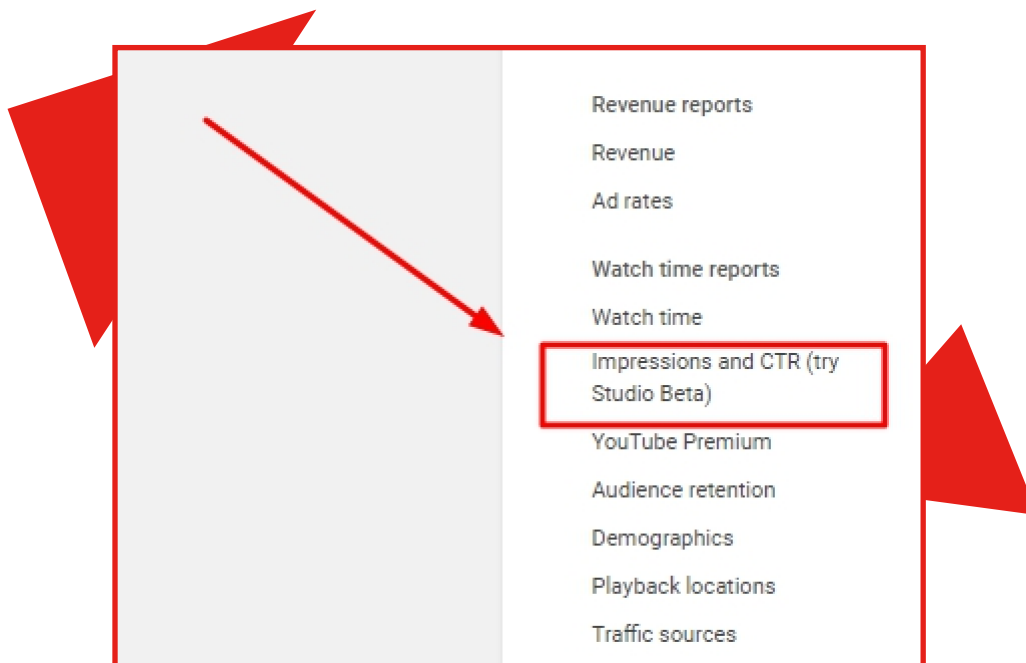
▶ 03 AGORA, VOCÊ PODE VISUALIZAR SUAS IMPRESSÕES EM RELAÇÃO À TAXA DE CLIQUES

Você pode melhorar suas visualizações em até **3x ou mais** apenas alterando seus **thumbnails**. E a melhor parte é que agora podemos medir isso melhor no **YouTube Analytics**.

Além disso, você deve examinar as métricas em tempo real e testar os thumbnails com base nos números disponibilizados no Analytics. Na verdade, você pode ter vários thumbnails e, se o desempenho de um vídeo estiver abaixo da média, altere o thumbnail.

Teste de 10 a 15 vídeos que realmente obtêm resultados e experimente com diferentes thumbnails assim como diferentes títulos, em alguns casos, para tentar melhorar a taxa de cliques.

Para ver esses números, acesse o **YouTube Analytics** e procure “**Impressões e CTR - click-through rate, em inglês**”, na coluna da direita, embaixo de “**Tempo de Exibição**”.



04 ÊNFASE AO TEMPO DE EXIBIÇÃO NO YOUTUBE

Engajamento de verdade não é curtir e compartilhar, é **voltar para assistir novamente** uma parte do vídeo, assistir o vídeo inteiro, até o fim, ou, talvez, até mesmo, se inscrever no canal enquanto assiste ao vídeo.

Um indicador que você deseja é que **50% das pessoas** que assistem ao seu vídeo o concluem. Uma dica para melhorar isso é reduzir a duração do final do vídeo. Pare de arrastar a conclusão ou simplesmente livre-se dela.

05 TENHA DIVERSOS CRUZAMENTOS QUE SE COMPLEMENTAM

Uma das coisas mais poderosas que você pode fazer no futuro é ter uma série de vídeos relacionados entre si. Você pode transformar um vídeo longo em uma mini-série de vídeos mais curtos, por exemplo.

Outra coisa que você pode fazer é ter vários canais que se relacionam e se cruzam. De qualquer modo, seu objetivo deve ser querer pessoas assistindo e se engajando com conteúdos muito semelhantes que, por acaso, acabam sendo majoritariamente seus.

▶ 06 VOCÊ DEVE TRADUZIR VÍDEOS

O YouTube está crescendo **MUITO** nas regiões da **Índia e da Ásia-Pacífico**. O novo canal número um, além do canal de música gerado automaticamente pelo YouTube (e talvez outros canais do YouTube gerados automaticamente), será um **canal hindi**. Portanto, há uma crescente importância de traduções para canais em inglês.

As traduções serão especialmente importantes para canais educacionais porque muitas formas de educação podem ser aplicadas por qualquer pessoa em todo o mundo. Quando se trata de entretenimento, pode ser diferente dependendo do **gênero** (comédia, jogos, acrobacias, etc.)

Você pode até fazer canais separados para cada idioma. Muitas vezes, uma versão em espanhol, por exemplo, se sairá melhor por causa da menor concorrência do que a inglesa. Atualize o título e a descrição de cada vídeo na versão traduzida.

▶ 07 O STORYTELLING PODE SER MUITO IMPORTANTE PARA O CRESCIMENTO NO FUTURO

Mais e mais canais estão crescendo rapidamente com **storytelling** e conteúdo de formato mais longo. Veja o crescimento da série lançada por **Shane Dawson** cobrindo **Jake Paul** como um grande exemplo. Muitos desses vídeos têm cerca de 40 minutos de duração.

As pessoas adoram histórias. Eles prestam mais atenção do que se você apenas usar fatos. Dito isso, não tente apenas contar uma história porque seu conteúdo pode piorar se não tiver significado. **Não force. Deixe ser natural.**

Tente contar histórias sobre você que sejam verdadeiras e mostrem transparência ou vulnerabilidade. Compartilhar suas lutas ecoa com as pessoas. Assim como você faria com qualquer outra coisa, tente ler sobre o assunto antes de implementá-lo.

BENEFÍCIOS DE TER SEU NEGÓCIO NO YOUTUBE

O icônico botão de reprodução vermelho tem sido um pilar cultural por mais de uma década. Artistas, comediantes e celebridades, incluindo Justin Bieber e Shawn Mendes, lançaram suas carreiras no YouTube.

Pela perspectiva de negócios, é difícil negar a eficácia do marketing de vídeo. Empresas de todos os tamanhos podem adotar uma estratégia de marketing de vídeo como parte de sua estratégia de marketing de entrada e desfrutar destes incríveis benefícios de dados de uso do YouTube:

01 CAPTE A ATENÇÃO

Não importa quem seja seu público, ele provavelmente está acessando o YouTube. Na verdade, de acordo com **Alexa**, o **YouTube é o segundo site mais visitado do mundo**. O seu potencial de exposição é extraordinário.

Concentre-se, ao invés, na criação de vídeos cativantes que se destaquem do que seus concorrentes estejam fazendo. Pesquise a estratégia deles e, em seguida, identifique as oportunidades que estão negligenciando ou o assunto que você pode abordar de maneira mais aprofundada e envolvente.

02 GERE ALTO VOLUME DE TRÁFEGO

De acordo com a pesquisa realizada pelo YouTube, a plataforma possui mais de um bilhão de usuários, os quais assistem a um bilhão de horas de vídeo por dia. São muitas oportunidades de tráfego. Seu conteúdo de marketing de vídeo tem potencial para atingir bilhões de espectadores. Claro que isso é altamente improvável, mas a promessa de gerar alto tráfego é definitivamente plausível.

O YouTube não apenas fornece uma **estratégia de disseminação econômica**, mas seu alcance é muito mais abrangente do que as estações normais de televisão e cabo.

A lenta morte do cabo continua. Na verdade, a pesquisa do **IBGE aponta que apenas 30,4% das casas tinha tv a cabo em 2019**. Não é à toa que **81%** das empresas usam o vídeo como ferramenta de marketing, contra **63%** no ano anterior, de acordo com a pesquisa **State of Video Marketing 2018 da Wyzowl**. O vídeo não é apenas uma tendência; é um aspecto necessário da sua estratégia de marketing daqui para frente.

Existem vários tipos de vídeos que você pode criar para elevar sua estratégia de marketing ao próximo nível, como os que seguem abaixo:

- ▶ **Vídeo explicativo** - Mostre como o seu produto ou serviço as dores comuns do seu público.
- ▶ **Vídeo de treinamento** - Demonstre como os clientes podem usar seus produtos ou serviços para obter o máximo de benefícios deles.
- ▶ **Webinars** - Eduque seu público sobre um tema ou tópicos específicos que eles desejam abordar.
- ▶ **Customer stories** - Eles compartilham os obstáculos de seus clientes reais e destacam como eles alcançaram os resultados desejados com seu produto ou serviço.

O **marketing viral** é a estratégia que construída em torno de como seu público pode propagar informações sobre seus produtos ou serviços. Esta informação pode se espalhar boca a boca e é muito provável que seja compartilhada nas redes sociais de cada pessoa do seu público.

Felizmente, você pode usar seu conteúdo do YouTube de várias maneiras que podem gerar compartilhamentos. Por exemplo, incorpore seu conteúdo de vídeo em postagens de blog relevantes ou compartilhe um link para um vídeo relevante em uma discussão em grupo do **LinkedIn**.

O principal aspecto a se concentrar com o conteúdo de vídeo é agregar valor ao seu público. Se seus espectadores acharem seu conteúdo informativo, perspicaz e divertido, eles o compartilharão.

Jonah Berger, autor de **Contagious: Why Things Catch On**, descreve a estrutura '**STEPPS**' (MGEPVH, em português) para a criação de conteúdo viral:

- ▶ **Moeda social** - As pessoas querem parecer que “estão por dentro”, então o conteúdo informativo será amplamente compartilhado e alcançará muitas pessoas.
- ▶ **Gatilhos** - Garanta que seu público seja induzido a pensar na sua marca dentro de um determinado contexto que se alinha com seus produtos ou serviços.
- ▶ **Emoção** - Os sentimentos são tão poderosos quanto as ações, então, injete o conteúdo do vídeo com emoções reais.
- ▶ **Público** - Considere como criar campanhas que são inerentemente simples de promover e fáceis de espalhar.
- ▶ **Valor prático** - O conteúdo didático guiado por expertise que oferece soluções utilizáveis e acionáveis muito provavelmente será compartilhado.
- ▶ **Histórias** - Use narrativas para apresentar ideias porque as pessoas adoram se comunicar e compartilhar por meio de histórias.

Não é nenhum segredo que, ao criar um vídeo para promover o seu negócio, você precisa ver o **ROI (Retorno Sobre Investimento)**. Caso contrário, você está desperdiçando seus recursos. Existem vários canais nos quais você provavelmente está investindo ou pensando em investir. Isso inclui serviços de hospedagem como o **Vimeo**, que é a segunda maior plataforma de hospedagem de vídeo, e muitas plataformas de mídia social.

Você deve se engajar em vários canais de conteúdo de vídeo, como **IGTV** e **Facebook Live**, enquanto também mantém uma estratégia forte no YouTube. O YouTube é o seu feijão com arroz para campanhas de vídeo, enquanto os outros canais de vídeo devem complementar e apoiar o seu conteúdo do YouTube.

Simplificando, criar e postar um vídeo do YouTube é um recurso poderoso para qualquer estratégia de marketing digital. O

formato amplamente reconhecível torna-se o terreno perfeito para fomentar e construir um produto ou serviço. Além disso, o algoritmo intuitivo que o YouTube usa pode aumentar suas visualizações, sugerindo o conteúdo do seu vídeo para os espectadores que estão assistindo conteúdo semelhante.



O Google adquiriu o YouTube em 2006 por US \$ 1,65 bilhão em ações para continuar a dominar o mundo das buscas. O fato de que os vídeos do YouTube costumam ser bem classificados nas páginas de pesquisa do Google mostra que construir sua estratégia de marketing de vídeo em torno dessa plataforma pode render resultados reais de SEO.

À medida que desenvolve seu canal do YouTube, você estabelece ainda mais credibilidade em sua indústria e aumenta o reconhecimento da sua marca. Com as táticas certas, você pode direcionar muito tráfego para os vídeos em seu canal e, por conseguinte, para seu site.

Trate seus vídeos do YouTube como o conteúdo do seu blog. Comece conduzindo uma pesquisa de palavras-chave e, em seguida, otimize seu conteúdo do YouTube usando suas palavras-chave no título, descrição e tags. Além de manter seu canal no YouTube, você também deve identificar como deseja incluir seu conteúdo do YouTube no conteúdo de seu site.

Aqui estão alguns **benefícios impressionantes de SEO** que você pode aproveitar ao adicionar vídeo ao conteúdo do seu site:

- ▶ **Construir backlinks** - Fornecer vídeo de alta qualidade no conteúdo do seu site pode criar backlinks de qualidade dentro do seu nicho, o que ajuda a impulsionar o seu ranqueamento.
- ▶ **Reduz a taxa de rejeição** - Incluir um vídeo relevante e valioso em sua página da web manterá os visitantes por mais tempo, especialmente se eles assistirem o vídeo até o fim.
- ▶ **Ganhe elevado posicionamento nas sugestões de vídeo** - Se o seu vídeo for muito relevante e otimizado, o Google pode rankeá-lo em seus vídeos sugeridos. Comece conduzindo uma pesquisa de palavras-chave e, em seguida, otimize seu conteúdo do YouTube usando suas palavras-chave no título, descrição e tags após o snippet em destaque e antes do resultado orgânico principal.

06

INTEGRE COM O SEU MARKETING DE MÍDIA SOCIAL

Os usuários de mídia social geralmente preferem compartilhar conteúdo de vídeo a qualquer outro formato de conteúdo. De acordo com uma pesquisa do **WordStream**, o vídeo social gera **1200%** mais compartilhamentos do que texto e imagens combinados.

Curtidas e outras formas de engajamento na mídia social além do compartilhamento também são valiosos. A pesquisa de **2015** da **Animoto** descobriu que **84%** dos consumidores dizem que gostaram de um vídeo institucional em seu feed de notícias, e quase metade deles compartilha pessoalmente vídeos institucionais em seus feeds.

Ao distribuir vídeos do YouTube em mídias sociais populares, como **Facebook, Twitter, LinkedIn e Reddit**, a exposição do seu negócio pode aumentar instantaneamente de forma exponencial.

Quanto mais popularidade seu vídeo do YouTube receber, melhor será seu ranqueamento. À medida que a popularidade do vídeo aumenta, maiores são as chances de os links associados serem clicados, o que também aumentará sua presença online.

07

ALCANCE PÚBLICOS GLOBAIS

O YouTube é uma sensação internacional, alcançando países ao redor do globo. É acessível em qualquer lugar e em qualquer dispositivo. E essa mudança em direção ao uso móvel está aumentando ainda mais a popularidade da plataforma.

A gigante de vídeo online está disponível em **76 idiomas** diferentes e **88 países**. Devido a esse nível de disponibilidade, o potencial de exposição para seu conteúdo de vídeo no **YouTube fornece continuamente uma das ferramentas de marketing mais eficazes disponíveis - 24 horas por dia, 7 dias por semana, todos os dias**. Uma estratégia de vídeo do YouTube é imprescindível, especialmente se você estiver fazendo marketing para públicos globais.

CONCLUSÃO

Como você pode ver, os dados dizem tudo: o **YouTube** é o seu **melhor canal para marketing de vídeo**.

Você pode aproveitar os aumentos de SEO, **construir seu tráfego e reconhecimento de marca, expandir seu alcance social, comercializar para públicos no exterior, melhorar seu ROI e diversificar sua estratégia de marketing de vídeo com vários canais**.

É hora de apertar o **botão play** em sua estratégia de marketing de vídeo.



COMO FAZER DINHEIRO COM YOUTUBE (PASSO A PASSO)

Se você quer experimentar seu próprio canal no YouTube e se você é um iniciante, este guia também é para você. Neste Capítulo, você encontrará diferentes ideias / tópicos para o canal do YouTube, como criar e monetizar o canal e como ganhar mais assinantes.

Passos para ganhar dinheiro no YouTube

PASSOS PARA GANHAR DINHEIRO NO YOUTUBE

01 CONFIGURE E MONTE SEU CANAL NO YOUTUBE

Seu canal é sua **presença pessoal** no YouTube. Cada conta do YouTube possui um canal anexado a ela. Uma conta do YouTube é igual a uma conta do Google, e criar uma conta do YouTube concederá a você acesso a outros produtos do **Google, como Gmail e Drive**.

Crie sua conta ou use a existente. Adicione **palavras-chave** para ajudar as pessoas a encontrar seu canal.

Você pode adicionar palavras-chave navegando até a seção **Avançado**

das **Configurações do canal**. Certifique-se de que suas palavras-chave sejam relevantes para o seu conteúdo.

Seu nome de usuário também pode trabalhar a seu favor ou contra você. Se for curto, fácil de lembrar e original, as pessoas estarão mais aptas a lembrar de você.

No entanto, se estiver usando uma conta existente, você sempre pode alterar seu nome de usuário editando-o em suas configurações. Se você tem uma conta do Google, pode assistir e compartilhar conteúdo no YouTube.

Mas você precisa criar um canal no YouTube para enviar vídeos, comentar ou fazer listas de reprodução. Você pode usar um computador ou o site / aplicativo móvel do YouTube para criar um novo canal.

Aqui estão os passos:

- 1** **Vá para o YouTube e faça login:** Vá para YouTube.com e clique em "fazer login" no canto superior direito da página. Faça login usando o nome de usuário e a senha de sua conta do Google.
- 2** **Vá para as configurações do YouTube:** No canto superior direito da tela, clique no ícone do seu perfil e, em seguida, no ícone Configurações.
- 3** **Crie seu canal:** Em suas configurações, você verá a opção "Criar um canal", clique neste link. Em seguida, você terá a opção de criar um canal pessoal ou criar um canal usando uma empresa ou outro nome. Para este exemplo, vamos escolher a opção de negócios. Agora, é hora de nomear seu canal e selecionar uma categoria.

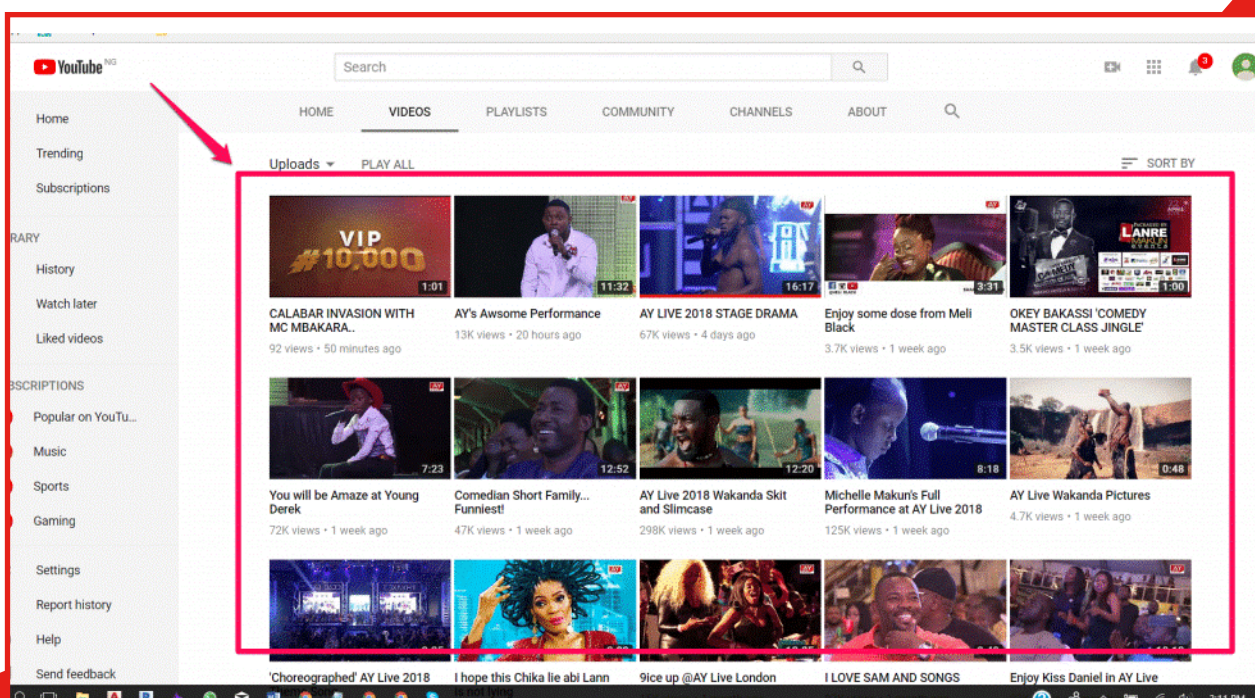
02 ADICIONAR CONTEÚDO

Tente subir conteúdo de alta qualidade e não muito longo. (Esta opção pode variar dependendo do tipo de conteúdo que você decidir enviar).

Além disso, tente fazer **uploads** regularmente e manter a consistência com seus uploads. Mesmo que seu conteúdo não seja maravilhoso no início, continue. A prática leva à perfeição. Tente tornar cada vídeo melhor do que o anterior. Você vai aprendendo à medida em que for fazendo.

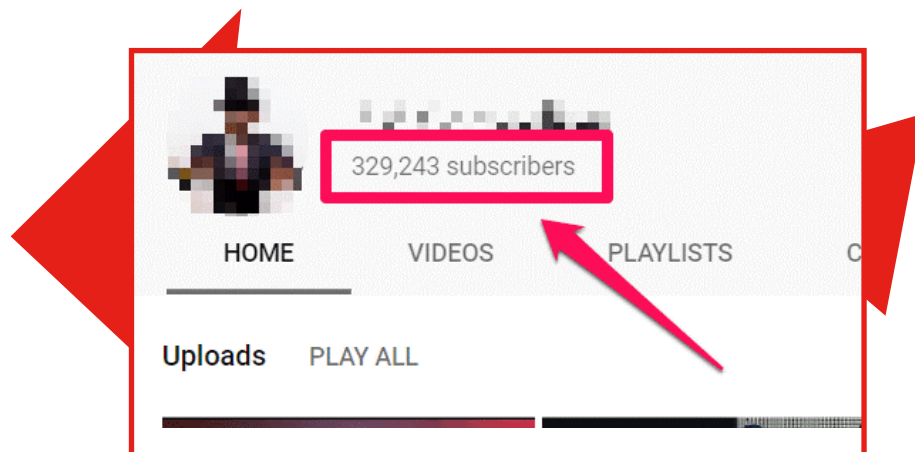
Melhore o seu conteúdo usando uma câmera melhor ou tentando um software ou técnicas de edição melhores. Além disso, tente melhorar as técnicas de filmagem. Use um tripé, peça a um amigo para ajudá-lo ou ilumine melhor suas cenas. Tudo ajuda para um produto final melhor, o que, por sua vez, ajuda a obter um público-alvo mais qualificado.

Subir vídeos regularmente pode ajudar a segurar seu público.



► 03 CONSTRUA UM PÚBLICO

Construir um público é a chave para **aumentar sua monetização**. Você precisa que as pessoas assistam aos seus anúncios para ganhar dinheiro com eles. Não há nenhum segredo para conseguir mais assinantes, apenas crie o melhor conteúdo que puder e eles virão até você.



Continue subindo conteúdo e tente prender as pessoas. Envie seu vídeo para o **Twitter e Facebook**. Compartilhe com as pessoas. Distribua-o em outro lugar na Internet. Os assinantes são essenciais para se tornar um parceiro.

Interaja com seus espectadores respondendo a comentários e fazendo vídeos ocasionais diretamente relacionados aos comentários e perguntas dos espectadores. Conectar-se à sua comunidade trará mais membros para ela.

► 04 GANHE DINHEIRO COM SEUS VÍDEOS

Para começar a ganhar dinheiro com seus vídeos, você precisa ativar a monetização. Isso significa que você está permitindo que o YouTube coloque anúncios em seu vídeo. Isso também significa que você reconhece que não há material protegido por direitos autorais em seu vídeo.

- 1 Vá para **www.youtube.com** e clique em “**Meu canal**” na página da web.
 - 2 Clique no link chamado “**Gerenciador de vídeos**” na barra superior.
 - 3 Clique no canal e ative a **monetização**.
- Você precisa ter pelo menos 4.000 horas de exibição e 1.000 inscritos.**

05

OBTENHA PELO MENOS 4.000 HORAS DE EXIBIÇÃO PARA COMEÇAR A GANHAR DINHEIRO.

Você pode ganhar dinheiro com um vídeo à medida que ele é enviado, clicando na guia **Monetização** e marcando a caixa “**Gerar receita com anúncios**”. Para monetizar um vídeo depois de enviado, abra seu **YouTube Creator Studio**, selecione o menu suspenso do canal (dropdown) e clique em **Monetização** para gerar receita com seus vídeos.

Account status: Monetization not enabled
You can apply for monetization at any time. To be reviewed, all channels need at least 4,000 watch hours in the previous 12 months and 1,000 subscribers. This requirement allows us to properly evaluate new channels and helps protect the creator community. [Learn more](#)

Apply for monetization

- ✓ YouTube Partner Program terms accepted
- ✓ AdSense requested
[Associated AdSense account](#)
[AdSense settings](#)
- ✓ Monetization preferences set
All existing and future videos will be monetized upon channel approval.
[Update preferences](#)

4 Get reviewed after reaching 4,000 watch hours in the previous 12 months and 1,000 subscribers
Upon reaching this threshold, your channel is automatically reviewed to make sure it complies with the [YouTube Partner Program terms](#) and our [Community Guidelines](#). We'll email you a decision, usually within a week.

Watch hours in the previous 12 months	Subscribers
8	10
4,000 needed for review	1,000 needed for review

Seja avaliado após atingir **4.000 horas** de exibição nos últimos **12 meses** e **1.000 assinantes**.

Ao atingir esse limite, seu canal é analisado automaticamente para garantir que está em conformidade com os termos do **Programa de Parcerias do YouTube** e as **Diretrizes da Comunidade**. O YouTube enviará a você uma decisão por e-mail, geralmente dentro de uma semana.

▶ **06** CONFIGURE O GOOGLE ADSENSE

Você pode configurar o **Google AdSense** gratuitamente no site do AdSense.

Clique no botão **Inscreva-se agora** para começar a criar sua conta. Você deve ter 18 anos ou mais para criar sua própria conta. Se você for mais jovem do que isso, você precisará de um adulto para ajudá-lo.

Você precisa do **PayPal** ou de uma conta bancária e um endereço de correspondência válido, bem como outras informações para que o AdSense possa verificar quem você é e para quem enviar o dinheiro. Você só ganha dinheiro por clique no anúncio e uma quantia menor por visualização, mas vai se somando com o tempo. É por isso que ter um público é fundamental.

▶ **07** CONFIRA SEU ANALYTICS

Depois de ter alguns vídeos online, monetizados e visualizados, você pode verificar as métricas do **Analytics** de cada um para ver como estão se saindo. Clique na opção Analytics no menu do seu canal.

Aqui você pode ver **ganhos estimados, desempenho de anúncios, exibições de vídeo, dados demográficos e muito mais**.

Use essas ferramentas para ver como seu conteúdo está repercutindo em seu público. Você pode alterar seu conteúdo ou marketing se descobrir que não está atraindo os usuários que deseja.



08 DIVULGUE SEUS VÍDEOS EM OUTRO LUGAR

Não coloque seus vídeos apenas no YouTube! Comece um **blog**, faça um **site** ou **publique-os em outros sites** de vídeo ou **mídia social**.

Quanto mais visualizações, melhor. Ao compartilhar o link ou incorporar o vídeo na internet, você aumenta a chance de ele ser notado.

09 TORNE-SE UM PARCEIRO DO YOUTUBE

Parceiros do YouTube são membros do YouTube que geraram receita com vídeos com um grande número de espectadores. Os parceiros ganham acesso a mais ferramentas de criação de conteúdo e podem ganhar prêmios para o número de espectadores que eles têm. Os parceiros também têm acesso a muito mais suporte da comunidade e dicas.

Você pode se inscrever para uma parceria com o YouTube a qualquer momento por meio da página de parceiros do YouTube.

Para obter acesso aos programas de parceiros mais poderosos, aqui está um **guia**:

- ▶ **Se seu canal já esteve no YPP (Programa de Parceiros do YouTube):** Quando você atingir o limite do programa, seu canal será automaticamente reavaliado de acordo com os novos critérios. Você pode verificar seu status de monetização em Estúdio de Criação > Canal > Monetização.
- ▶ **Se seu canal nunca esteve no YPP:** Siga os 4 passos para aderir ao Programa de Parcerias do YouTube a partir da sua conta no Creator Studio. Assim que seu canal atingir o limite do programa, você será analisado para ingressar.

▶ 10

AUMENTE SUA RECEITA NO YOUTUBE COM MARKETING DE AFILIADOS

“**Marketing de afiliados**” significa vender produtos em troca de uma comissão. Centenas de milhares de empresas oferecem negócios atraentes para comerciantes afiliados que promovem seus produtos / serviços.

O QUE É O MARKETING DE AFILIADOS DO YOUTUBE?

O **marketing de afiliados do YouTube** é o processo de criação de vídeos e colocação de links de afiliados nos vídeos reais (por meio de anotações) ou nas descrições dos vídeos, o que inclui links para produtos que você analisa e usa em seus vídeos que rastrearão uma compra.

Se alguém fizer uma compra usando seu link de afiliado, você receberá uma pequena comissão pela venda. Você pode vender / promover produtos de terceiros como um comerciante afiliado.

Aqui estão algumas ideias para ganhar dinheiro com o marketing de afiliados do YouTube:

- ▶ **Desempacotamento de produto** - Nesses vídeos, você pode simplesmente abrir um produto em um vídeo do YouTube, mostrando aos espectadores exatamente o que está dentro da embalagem. Em seguida, forneça o link de afiliado para o site do produto, onde está disponível para venda online.
- ▶ **Reviews** - As análises do YouTube são outra ótima maneira de aliviar a ansiedade de compra e fornecer um link de afiliado.
- ▶ **Vídeos de treinamento** - Por último, muitos afiliados ganham dinheiro simplesmente treinando os espectadores como usar um produto complicado e, em seguida, enviando esses leads qualificados para seu link de afiliado.
- ▶ **Vídeos de comédia** - Esses são vídeos engraçados feitos na tentativa de fazer as pessoas rirem. Esse tipo de vídeo gera alto engajamento e pode direcionar um tráfego massivo para seu canal. Por exemplo: Mark Angel Comedy, Ay Comedian etc.
- ▶ **Notícia** - O canal de notícias é outro tipo de canal que é popular e pode ganhar audiência rapidamente. Você pode cobrir as notícias urgentes, multimídia, análises e opiniões, negócios, esportes, filmes, viagens e muito mais. Por exemplo, canal Naij.

ENTÃO, AÍ ESTÁ!

Comece a ganhar dinheiro no YouTube e siga estas etapas para iniciar o marketing de afiliados, direcionar um tráfego massivo e ganhar mais dinheiro online.



COMO CRIAR UMA ESTRATÉGIA ROBUSTA DE ANÚNCIOS

Procurando uma nova estratégia de PPC (pay per click)? Essas estratégias podem ajudá-lo a lançar sua primeira campanha de anúncios em vídeo do YouTube. Se você já é um expert de marketing do YouTube e deseja aprimorar sua estratégia atual, leia as seções Específicos da campanha e Segmentação por público-alvo. Vamos guiá-lo por etapas práticas (algumas grandes, outras pequenas) que o levarão mais perto de uma estratégia de publicidade completa e eficaz no YouTube.

01 ESCOLHA O CRIATIVO

A regra de ouro é simples: Um criativo por campanha. Porque? Bem, se você tiver vários criativos em uma campanha, isso tornará a segmentação de público, o orçamento e o desempenho geral mais difíceis de gerenciar. Aqui estão algumas instruções adicionais:

- ▶ Se você tiver duas versões do mesmo criativo, digamos um vídeo de 30 segundos e um vídeo de 15 segundos, são dois criativos diferentes. O desempenho é drasticamente diferente para diferentes durações de criativos. A prática recomendada é criar uma campanha separada para cada criativo.
- ▶ Se o desempenho variar por localização geográfica ou se você tiver orçamentos separados para diferentes áreas geográficas, informações demográficas ou etapas no funil, você precisará criar campanhas diferentes. Isso deve, pelo menos, refletir o que você configurou para as campanhas da rede de pesquisa.
- ▶ Como o criativo em si é um tópico totalmente diferente, este artigo não cobrirá os aspectos do que faz um bom criativo. No entanto, há um ponto crítico a ser mencionado: a marca deve aparecer nos primeiros 5 segundos. Fazer a marca aparecer nos seus vídeos apenas no final pode atingir taxas de visualização (VTR) mais altas, mas a maioria das pessoas não assistirá a um anúncio em vídeo inteiro. You are throwing money away if you can't at least get a lift in brand recognition or consideration.

▶ 02 ESPECIFICAÇÕES DA CAMPANHA

Ao criar uma nova campanha, os 6 componentes a seguir são de fundamental importância:

ESTRATÉGIA DE LANCE

- ▶ **CPV Máximo** - (recomendado para o tipo de estratégia que este blog está cobrindo) O custo por visualização permite que você crie anúncios in-stream ou discovery. Use esta estratégia para prospectar públicos.
- ▶ **CPM máximo** - Use o custo por mil impressões se estiver usando anúncios bumper de remarketing.
- ▶ **CPM alvo** - Defina o valor médio que você deseja pagar a cada mil vezes que seu anúncio for exibido.

TIPO DE INVENTÁRIO

Observe que todos os tipos excluem conteúdo extremamente sensível:

- ▶ **Inventário Expandido** - Use este tipo de inventário se quiser maximizar seu alcance exibindo anúncios sobre alguns conteúdos sensíveis.
- ▶ **Inventário Padrão** - Use este tipo de inventário se quiser exibir anúncios apenas em conteúdo apropriado para a maioria das marcas.
- ▶ **Inventário limitado** - Use este tipo de inventário se quiser excluir a maioria dos tipos de conteúdo sensível. Isso limitará seu inventário disponível, mas garantirá que você não veiculará anúncios em conteúdo com linguagem obscena, mesmo que moderada ou conteúdo sexualmente sugestivo.

Ao selecionar um tipo de inventário, você pode ver uma comparação mais abrangente. A imagem abaixo captura algumas das diferenças:

Compare inventory types

	Expanded inventory	Recommended Standard inventory	Limited inventory
Video content			
Light profanity used in a non-hateful, comedic or artistic way	Included	Included	Included
Moderate profanity used in a non-hateful, comedic, or artistic manner, or a music video with frequent profanity	Included	Included	Excluded
Strong profanity used throughout or at the very beginning of the video in comedy, documentary, news, or education	Included	Excluded	Excluded
Romance, kissing, limited clothing in non-sexual settings, or general discussions of relationships or sexuality	Included	Included	Included
Limited clothing in sexual settings, sensual dancing, moderate sexually suggestive behavior, or a music video containing sexual content	Included	Included	Excluded
Blurred nudity, focus on sexual body parts, focus on sex as a topic, discussions about sex acts, implied or display of sex acts or sex toys without	Included	Excluded	Excluded

LIMITE DE FREQUÊNCIA

Os **limites de impressão e visualização** podem ser definidos por dia, por semana e por mês. Você também pode definir o limite no nível da campanha, grupo de anúncios ou do próprio anúncio.

Determine o limite com base no tamanho do seu público-alvo. Lembre-se de todas as metas que você definiu para sua campanha.

Frequency capping

Limit how many times your ads can show to the same user ?

☐

Cap impression frequency ?

Limit how many times your ads can show to the same user

☐

Cap view frequency ?

Limit how many times your ads can get a view or interaction from the same user

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ **Prospecção de campanhas** - Se você tem um grande público de prospecção, isso pode não ser necessário. Contudo, você pode definir um limite de 10 impressões por dia, por campanha, e um limite de visualização de 1 por dia, por campanha.

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ **Campanhas de remarketing** - Tenha limites mais rígidos para campanhas de remarketing, para que a sua marca não se torne aquela que deixa os consumidores loucos. Como regra geral, defina limites que sejam metade do que você definiu para campanhas de prospecção.

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ **Adicionar listas de público-alvo negativo** - Por exemplo, você pode excluir o tráfego para visitantes do site que visualizaram uma determinada página em seu site.

VÍDEO DO YOUTUBE

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ Um ponto óbvio, mas é importante saber que seu anúncio deve estar em seu canal do YouTube. Se você não vinculou o canal do YouTube à sua conta do Google Ads, navegue até **“Ferramentas”** no Google Ads e selecione “Contas vinculadas”. Siga as instruções para vincular contas.

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ Se você estiver criando a campanha no Editor, deverá inserir o ID do vídeo. O ID do vídeo pode ser copiado após **“v=”** no URL do vídeo do YouTube.

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

- ▶ **Call-to-action** - Os botões CTAs são permitidas apenas para anúncios em vídeo TrueView in-stream em campanhas “Vídeo - Gerar conversões”.

EXCLUIR APLICATIVOS PARA CELULAR

A menos que você saiba que a publicidade de aplicativos móveis beneficiará sua empresa, exclua os **aplicativos móveis** durante a configuração da campanha. A maneira mais fácil de fazer isso é no Editor:

- ▶ Navegue até “**Categorias de aplicativos para celular, Negativo**” em “**Palavras-chave e segmentação**”;
- ▶ Selecione “**Todos os aplicativos**” em “**Adicionar categoria de aplicativo móvel negativo**” (veja a captura de tela);
- ▶ **Lista de exclusão do canal infantil** - Ao adicionar esta lista, você será salvo do processo manual de selecionar e excluir milhares de canais.

ADD NEGATIVE MOBILE APP CATEGORY ▾

Campaign-level negative mobile app category

Ad group-level negative mobile app category

▶ 03 SEGMENTAÇÃO DO PÚBLICO

Como acontece com qualquer esforço de marketing, sua meta principal é alcançar o público certo. Se você está atualmente executando campanhas da **Rede de Display** e tem tópicos ou públicos-alvo no mercado configurados, pode ser útil levantar sua(s) campanha (s) enquanto você executa as etapas a seguir.

Aqui estão algumas dicas importantes para ajudá-lo a decidir como segmentará os espectadores do YouTube:

- ▶ Crie grupos de anúncios para **CADA público-alvo** que você pretende atingir. Isso tornará sua vida muito mais fácil quando você otimizar mais tarde.
- ▶ O número de grupos de anúncios dependerá do seu setor e do objetivo (reconhecimento da marca, incentivo à consideração, conversões etc.) de sua campanha.
- ▶ Pode ser mais fácil configurar um grupo de anúncios para públicos-alvo de afinidade, um grupo de anúncios para públicos-alvo In-market, um grupo de anúncios para eventos importantes e / ou um grupo de anúncios para tópicos, mas divida isso - mesmo se você tiver 20 diferentes públicos que você pretende atingir.

Abaixo está um exemplo de lista de público-alvo para uma campanha:

Ad group name

Affinity (Live Events/Art/Theater)

In-Market (Sports & Fitness)

In-Market (Travel)

Life Event (Marriage)

Affinity (Business Professionals)

Affinity (Fashionistas)

Affinity (Foodies)

Affinity (Nightlife Enthusiasts)

Affinity (Outdoor/Green Living Enthusiasts)

Affinity (Sports & Fitness)

Affinity (Travel)

Life Event (Graduation)

Topics (Travel)

- ▶ A **segmentação de grupos de anúncios por público** permite maior controle sobre os orçamentos. Por exemplo, digamos que você esteja segmentando Foodies (público-alvo de afinidade), Viagens (público-alvo de afinidade) e Esporte & Saúde (público-alvo de afinidade). Após duas semanas, os resultados de desempenho revelam que o público de viagens tem uma taxa de visualização 15% menor. Ao pausar o grupo de anúncios Viagem, você poderá dedicar mais orçamento a públicos que estão atingindo ou excedendo as metas de KPI.

É sempre melhor começar com mais públicos e reduzir seu público-alvo.

▶ 04 CAMPANHAS DE REMARKETING

Siga estes passos se estiver configurando **campanhas de remarketing**:

- ▶ Em vez de **públicos-alvo In-Market** ou de **afinidade**, adicione suas listas de **remarketing** aos públicos-alvo do grupo de anúncios.
- ▶ Se você tiver visitantes suficientes do seu site, segmente seus grupos de anúncios (crie públicos de remarketing adicionais, se necessário) por alcance de lista diferentes. Por exemplo, você pode usar listas para **7 dias, 30 dias e 90 dias**. Essa tática é especialmente útil se você estiver exibindo criativos específicos para diferentes alcances de remarketing.

Se você quiser ficar realmente sofisticado, teste a nova campanha de sequenciamento de anúncios em vídeo do Google. No entanto, não teste até ter um entendimento concreto da publicidade do YouTube, bem como uma equipe criativa estelar para produzir **EXATAMENTE** os vídeos de que você precisa para valer a pena.

CONCLUSÃO

Essas estratégias bem definidas devem ter dado a você a direção necessária para lançar sua primeira campanha no YouTube ou aprimorar sua estratégia atual. Se você não acha que tem um ótimo criativo, não espere para testar o **TrueView** - use um orçamento pequeno e teste os criativos que você tem para começar a aprimorar sua estratégia.

PUBLICIDADE DE VÍDEO, COMO FUNCIONA?

O YouTube é uma das redes sociais mais antigas e passou por muitas evoluções nas opções de publicidade paga. Atualmente, há um punhado de excelentes ferramentas e recursos pagos que você pode usar para aprimorar um segmento de público específico e alcançá-lo com seu conteúdo de vídeo no YouTube.

Esta é uma breve visão geral das **principais opções de publicidade** e **como funciona cada uma delas**.

01 ANÚNCIOS TRUEVIEW

Os anúncios **TrueView**, também conhecidos como anúncios **in-stream**, são o principal produto de publicidade do YouTube. Assim como um comercial tradicional, os anúncios TrueView são vídeos puláveis que aparecem antes do vídeo principal que um espectador selecionou - como os comerciais de televisão tradicionais, só que melhor porque os usuários podem ignorá-los se não estiverem interessados.

Como anunciante, isso é bom para você e seus clientes em potencial, ao contrário do que você possa pensar; as pessoas do seu público podem pular

anúncios que não são relevantes para eles e você só paga quando eles mostram interesse, que é calculado quando um espectador clica ou passa mais de 30 segundos assistindo seu anúncio.

De acordo com o **Think with Google**, os espectadores que assistem a anúncios TrueView por mais de 30 segundos têm 23 vezes mais probabilidade de visitar ou se inscrever no canal, assistir a mais vídeos da marca ou compartilhar o vídeo.

Os anúncios TrueView permitem que você personalize seu vídeo com vários CTAs e texto de sobreposição para inspirar ações adicionais com botões clicáveis e links externos, e têm opções diferentes dependendo de seu objetivo de marketing, como os abaixo.

TIPOS DE ANÚNCIOS TRUEVIEW

- ▶ **Anúncios TrueView Reach** - Use anúncios TrueView Reach para segmentar seus espectadores com base no máximo de impressões, cobrando pelo custo por mil impressões em vez de custo por visualização. Ideal para: aumentar o reconhecimento de sua marca;
- ▶ **Anúncios TrueView Discovery** - Use os anúncios TrueView Discovery para exibir seus anúncios na página de resultados de pesquisa do YouTube, semelhante aos anúncios de pesquisa do Google, ou para aparecer ao lado de vídeos relacionados em vez de antes deles. Ideal para: engajar públicos que podem considerar a compra;
- ▶ **Anúncios TrueView Action** - Use anúncios TrueView Action para adicionar um botão diretamente em seu vídeo que leva seus clientes em potencial a clicarem para serem direcionados ao seu site. Ideal para: nutrir leads para realizar ações de compra.

02 ANÚNCIOS BUMPER

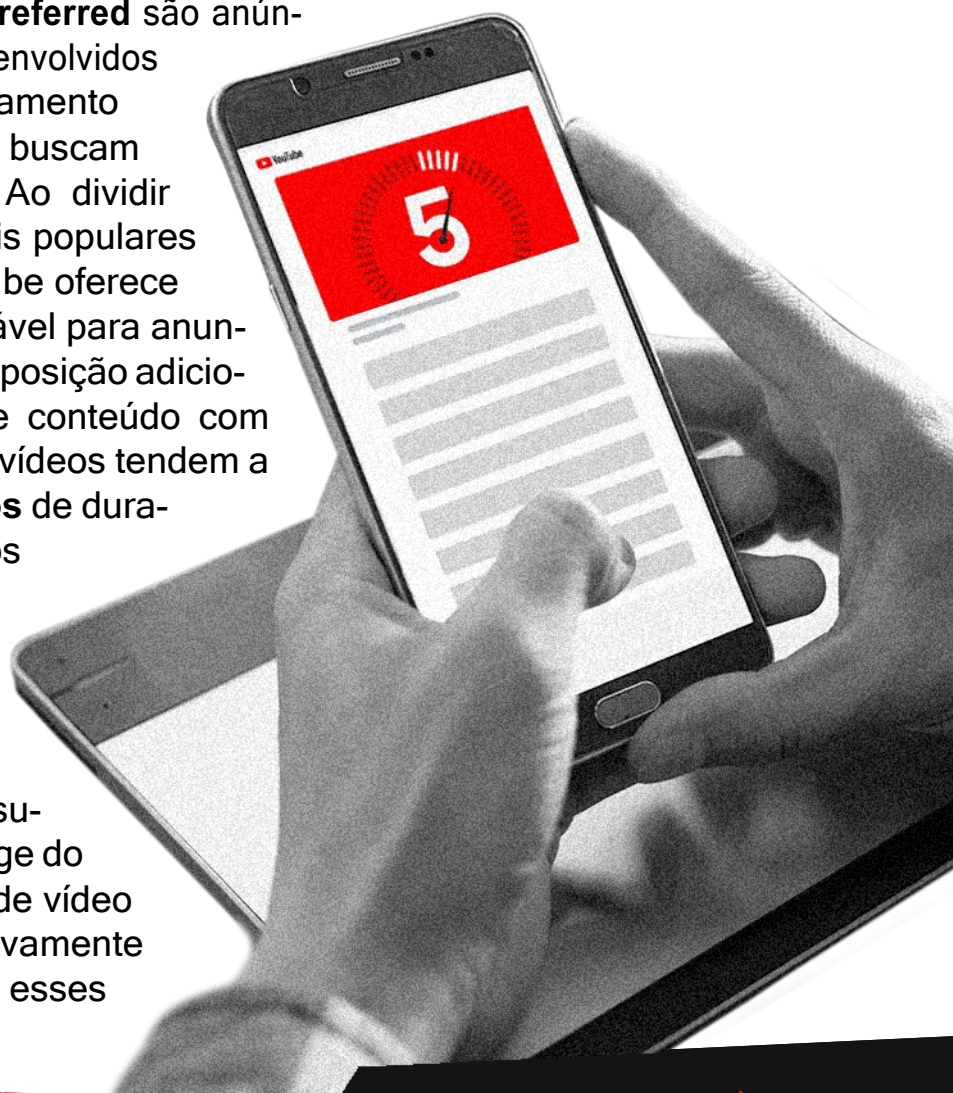
Anúncios bumper no YouTube são **anúncios curtos** em vídeo limitados a **seis segundos** de duração. Esses anúncios normalmente são reproduzidos antes do vídeo real que um espectador decide assistir no YouTube.

Anúncios bumper são relativamente simples e são uma boa maneira de chamar a atenção do seu público, especialmente quando esse público os estão visualizando no celular. Por conta própria, os anúncios bumper provavelmente não são longos o suficiente para compor uma estratégia de publicidade em vídeo completa, mas funcionam bem quando combinados com uma campanha de vídeo mais longa e robusta para coincidir com o lançamento de um novo produto ou um impulso de marketing com o objetivo de aumentar o reconhecimento da marca.

03 GOOGLE PREFERRED E ANÚNCIOS DE MASTHEAD

Os anúncios **Google Preferred** são anúncios em vídeo não puláveis desenvolvidos para ser a opção de posicionamento **"premium"** para marcas que buscam alcançar alto desempenho. Ao dividir seus canais de conteúdo mais populares em doze categorias, o YouTube oferece conteúdo premium e não pulável para anunciantes que podem pagar a exposição adicional e maior comprimento de conteúdo com visualizações garantidas. Os vídeos tendem a ter cerca de **15 a 20 segundos** de duração e parecem ser otimizados para visualizadores em dispositivos móveis.

Os anúncios de **masthead**, por outro lado, permitem que uma marca assuma o controle da sua homepage do YouTube com seu conteúdo de vídeo por **24 horas inteiras**. Definitivamente uma das opções mais caras, esses



anúncios dão ao seu conteúdo de vídeo uma exposição incalculável para as centenas de milhões de espectadores do YouTube que visitam o site diariamente, mesmo que estejam apenas de passagem. Na verdade, o YouTube dá, às marcas, a oportunidade de visualizar como seria a aparência de seus vídeos na página inicial usando esta ferramenta exclusiva.

▶ 04 ANÚNCIOS OUTSTREAM

Os **anúncios Outstream** mostram seus anúncios de vídeos em sites de parceiros. Não vamos adentrar muito neste tópico, já que esses anúncios não são reproduzidos diretamente no YouTube e estão, atualmente, disponíveis apenas para dispositivos móveis, como celular e tablets, mas anúncios Outstream ajudam, sim, sua publicidade de vídeo a ter mais visualizações e expandir seu alcance para além do YouTube.

POR QUE USAR O YOUTUBE EM VEZ DO FACEBOOK, LINKEDIN OU TWITTER ADS?

Em primeiro lugar, o YouTube é uma plataforma de **compartilhamento de vídeo comercial**, e por este motivo que seus usuários a utilizam. Assim, os espectadores já estão preparados e prontos para assistir aos anúncios em vídeo quando chegarem ao site. Quer os espectadores almejados estejam apenas chegando à página inicial ou pesquisando tópicos específicos, a segmentação de vídeo do YouTube permite que sua marca se super concentre no público-alvo pretendido e você só paga se esse público realmente vir seu anúncio.

Ao contrário de outras redes sociais, nem todo mundo que visita o YouTube para assistir a vídeos precisa estar conectado com uma conta. Desta forma, as opções de segmentação no YouTube se tornam um pouco menos precisas, em um nível individual, do que no Facebook, que usa uma grande quantidade de informações fornecidas pelo usuário para segmentar com mais precisão por dados demográficos como **idade, cargos, renda, etc.**

No entanto, como os anúncios de vídeo do YouTube são configurados por meio do **Google Ads**, os anúncios em vídeo do YouTube são exibidos na plataforma e em toda a web, por meio da **Rede de Display do Google**. Isso significa que você também terá acesso às informações do Google ao segmentar clientes em potencial.

Abaixo estão apenas algumas das opções de **segmentação** que o YouTube oferece:

- ▶ **Dados demográficos do público** - Segmentar por sexo, idade, localização, situação familiar ou renda familiar.
- ▶ **Interesses do público** - Segmente por tópicos de interesse, como esportes, moda, jogos etc.
- ▶ **Afinidade de público** - Segmente por públicos personalizados com interesses específicos adaptados à sua marca.
- ▶ **Eventos Significativos na Vida do público** - Segmente por comportamento de compra e mudanças nas preferências de marca em razão de marcos de vida, como mudanças, formaturas ou casamentos.
- ▶ **Público In-Market** - Segmente por pesquisas de produtos ou serviços semelhantes aos que você oferece.
- ▶ **Redirecionamento de público** - Segmente seu conteúdo de vídeo com base em interações anteriores, comportamento no site e muito mais, usando listas personalizadas criadas automaticamente por meio do Google Ads.

A melhor parte sobre a publicidade em vídeo no YouTube é que as **palavras-chave** são significativamente mais baratas do que no Google. As visualizações da publicidade no YouTube custam em média **US \$ 0,05 por clique**, enquanto a média de palavra-chave do Google está entre **US \$ 1-2**. Adicione a capacidade de segmentar clientes diretamente com seus anúncios de vídeo com base em suas pesquisas anteriores e você terá uma plataforma de publicidade vencedora.

ESPECIFICAÇÕES DE ANÚNCIO DE VÍDEO

Todos os tipos de anúncios discutidos acima exigem as mesmas especificações de vídeo:

- ▶ **Resolução** - 640 × 360 ou 480 × 360 (proporção de 19: 9 ou 4: 3, respectivamente)
- ▶ **Tamanho do arquivo** - 1 GB no máximo
- ▶ **Taxa de quadros** - 30 FPS
- ▶ **Codec de vídeo** - H.264, MPEG-2, MPEG-4
- ▶ **Codec de áudio** - AAC, MP3

Além das especificações técnicas, o YouTube tem algumas regras e regulamentações bastante rígidas em relação ao conteúdo que permite que os anunciantes promovam na plataforma, portanto, esteja ciente do que é ou não apropriado para o YouTube.

OS ANÚNCIOS EM VÍDEO DO YOUTUBE SÃO PARA VOCÊ?

Os anúncios em vídeo do YouTube oferecem uma ampla gama de funcionalidades e formatos, oferecem opções exclusivas de segmentação demográfica e de palavras-chave com o respaldo do Google e fornecem bilhões de oportunidades para exibir seu vídeo de marketing a cada mês.

Se você está procurando investir em **marketing de vídeo** e, atualmente, está negligenciando o YouTube, pense novamente.

COMO OBTER MAIS VISUALIZAÇÕES?

O YouTube é uma poderosa rede de mídia social para profissionais de marketing, mas só colherá resultados se seus vídeos estiverem sendo assistidos. Pode parecer fácil, depois que você dominar como subir um vídeo para o YouTube. Apenas relaxe e deixe o algoritmo do YouTube cuidar de tudo, certo?

Errado. Como em tudo no marketing (ou, honestamente, na vida), você precisa de uma estratégia.

Se você não planejar e criar estratégias, seu canal do YouTube permanecerá estagnado, divertido para você, seus colegas de trabalho e seus amigos assistirem, mas subutilizado de outra forma. Se você deseja se tornar parte desse 1 bilhão de horas, você veio ao lugar certo.

Vamos aumentar esse número de assinantes!

COMO OBTER MAIS VISUALIZAÇÕES NO YOUTUBE

Sua presença no YouTube é como uma planta. Se você não regar e cultivar, ele murchará até que um dia você decida jogá-lo fora.

Se você quer um canal de sucesso no YouTube, não pode simplesmente

criar conteúdo de qualidade e não fazer nada. Embora o conteúdo de qualidade seja essencial para o sucesso, não fazer nada resultará em nada. O marketing de seu canal no YouTube é um empreendimento muito ativo que envolve várias táticas diferentes. Vamos examinar cada um, em detalhes.

► 01

CRIE CONTEÚDO DE QUALIDADE PARA OBTER VISUALIZAÇÕES

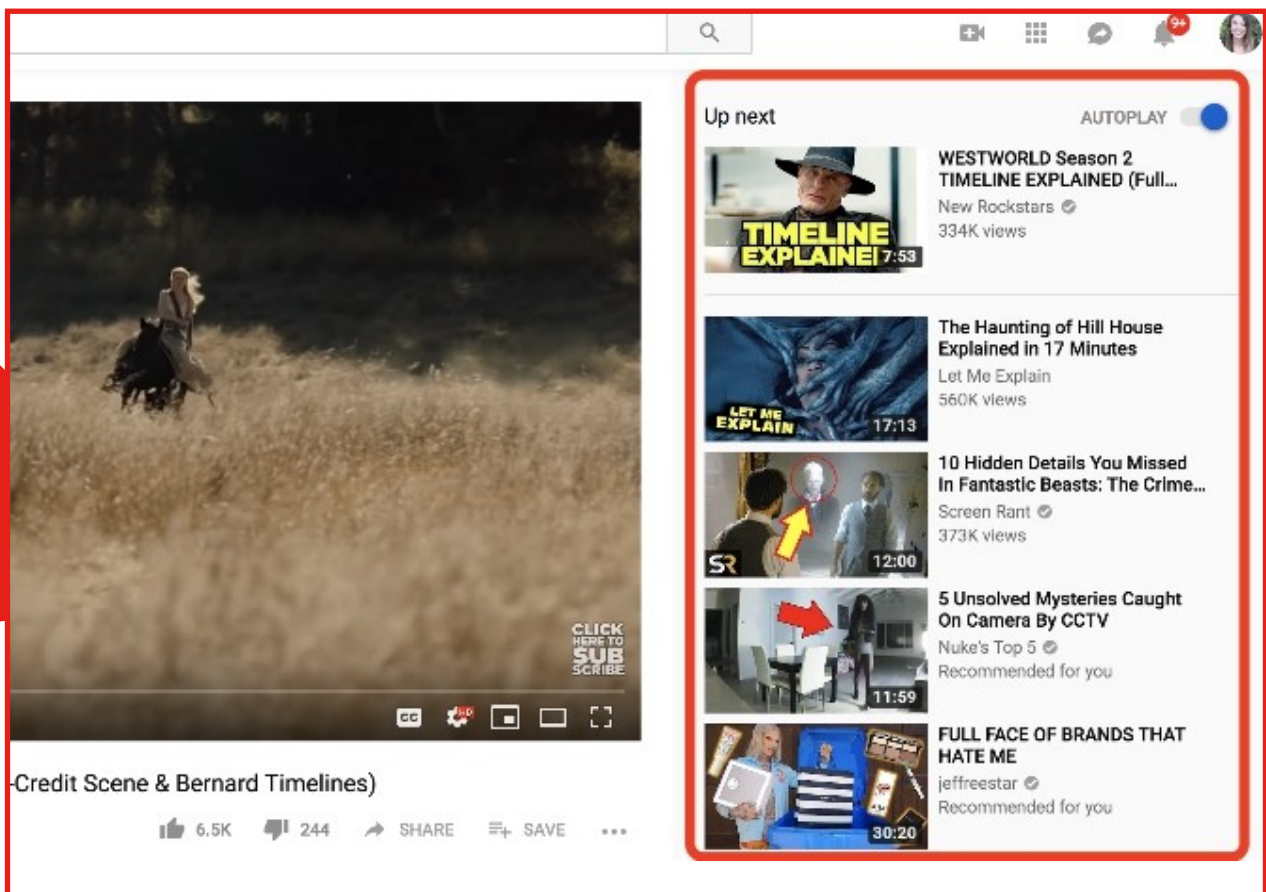
Se você não tiver o conteúdo, não importa o quão bom sejam seus esforços de SEO ou marketing de mídia social. Então, vamos rever algumas dicas e truques para criar o melhor conteúdo possível!

► **Os vídeos do YouTube devem ser úteis ou divertidos** - Os vídeos do YouTube de maior sucesso tendem a ser didáticos (como fazer algo) ou divertidos - ou ambos! Pense no que seu público precisa ou deseja. Se você não tem certeza, pode ser hora de criar um perfil de cliente. Você pode até mesmo perguntar diretamente ao seu público sobre o que eles gostariam de saber mais, por meio do crowdsourcing em outras redes de mídia social estabelecidas. Você ganhará seguidores leais, por ser o crowdsourcing uma fonte confiável para saber exatamente o que as pessoas precisam.

► **Fique por dentro do que é popular** - Durante um mês comum, oito em cada dez jovens de 18 a 49 anos assistem ao YouTube. Se você está fazendo marketing no YouTube, é provável que seu público se enquadre nessa faixa etária.

Tente acompanhar as últimas tendências e, se elas puderem ser incorporadas ao seu conteúdo, faça-o. Isso pode fazer seu vídeo se destacar ao lado das 400 horas de vídeos enviados a cada minuto. Às vezes, vai parecer uma batalha difícil.


Além disso, veja quais vídeos estão indo bem em seu nicho. Como outros YouTubers estão cobrindo este conteúdo com sucesso? Se você vir uma estratégia geral que parece funcionar, imite-a (com seu toque exclusivo, é claro). Isso ajudará seu vídeo a aparecer na barra lateral "Próximo" depois que os espectadores assistirem ao outro vídeo de sucesso.



- YouTube convidados** - Se você notar um YouTuber em seu gênero que está absolutamente arrasando com um grande número de seguidores, interaja com eles. Crie um relacionamento comentando em seus vídeos e vinculando seu conteúdo em suas próprias descrições. À medida em que você for construindo essa conexão, talvez eles estejam abertos a fazer uma aparição especial em um de seus vídeos do YouTube. Em tese, isso levaria os assinantes desse YouTuber a conferir aquele seu vídeo específico e, se gostarem do conteúdo, então, conferir seu canal e - bam! – se inscreverem.

02 UTILIZE SEO NO YOUTUBE

Se você trabalha em marketing, é provável que esteja familiarizado com a **otimização de mecanismos de pesquisa ou SEO**. Se não estiver, SEO é como o Google (e, portanto, o YouTube) decide quais artigos e vídeos mostrar primeiro para cada pesquisa específica. Obviamente, quanto mais próximo do topo seu conteúdo aparecer, maior será a probabilidade de ele ser clicado. Estas são maneiras de fazer com que seus vídeos do YouTube apareçam em pesquisas relevantes.

 **Otimize seu canal do YouTube** - Você deseja otimizá-lo para que as pessoas saibam exatamente o que esperar quando chegarem a seu canal. Melhor ainda, o YouTube sabe o que você representa e pode recomendá-lo para pessoas que procuram tópicos relevantes.

Faça sua pesquisa de palavras-chave e, em seguida, escreva uma descrição de canal de qualidade que contenha muitas palavras-chave. Você não quer que o Google ou os espectadores tenham dúvidas sobre o que seu conteúdo inclui.

Isso também significa saber qual é a sua marca e incorporá-la em todos os aspectos da página do seu canal no YouTube. As cores, tons e imagens devem ser consistentes. Conecte com seu site e outros canais de mídia social para construir autoridade.

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

▶ **Crie thumbnails personalizados** - As miniaturas (thumbnails) são a primeira coisa que um possível espectador vê. Se não forem envolvente ou intrigante ou - na falta de uma palavra melhor - bonitas, as pessoas provavelmente seguirão em frente. Novamente, a competição é feroz lá fora. Você tem que apresentar sua melhor imagem quando se trata de thumbnails.

O YouTube oferecerá imagens geradas automaticamente para você usar. Não se deixe levar pela facilidade disso.

Sua miniatura personalizada deve ser uma imagem de qualidade com uma fonte ou símbolos fáceis de ler. Closeups faciais também parecem funcionar melhor, se aplicável. Certifique-se de que a imagem corresponda ao título e à descrição do seu vídeo! E não se esqueça de usar palavras-chave para nomear o arquivo.


▶ **Incluir closed captions e tags** - Closed captions são legendas. Elas são ótimas para se incluir porque tornam seu vídeo acessível para um público mais amplo do YouTube, incluindo espectadores com deficiência auditiva ou espectadores internacionais.

As tags são outra forma de direcionar o tráfego para o seu vídeo do YouTube. Você notará a seção de tags ao subir um vídeo. Você pode inserir as palavras-chave que deseja associar a seu vídeo nesse campo. Não exagere; permaneça específico e relevante.

▶ 03


APROVEITE AS VANTAGENS DA PLATAFORMA DO YOUTUBE

O YouTube tem alguns truques integrados à própria plataforma que ajudarão os YouTubers a ter sucesso. Afinal, YouTubers infelizes significa que menos pessoas usarão o site, o que não é bom para o próprio YouTube. Portanto, você tem essas estratégias desenvolvidas especificamente pelo YouTube para ajudar a atrair os espectadores.

 **Crie uma lista de reprodução** - Uma lista de reprodução do YouTube é uma compilação de vídeos reproduzidos continuamente. Se você nunca tentou criar uma antes, veja como fazer uma lista de reprodução no YouTube.


O lógica por trás das listas é que as pessoas são mais propensas a continuar assistindo algo na frente delas se não exigirem nenhum esforço de sua parte. O mesmo é verdade para uma lista de reprodução do YouTube. O espectador não precisa clicar em reproduzir para assistir a outro vídeo - o vídeo simplesmente começa a ser reproduzido por eles. E é provável que, se gostarem do que viram antes, continuarão a assistir o que vem depois.

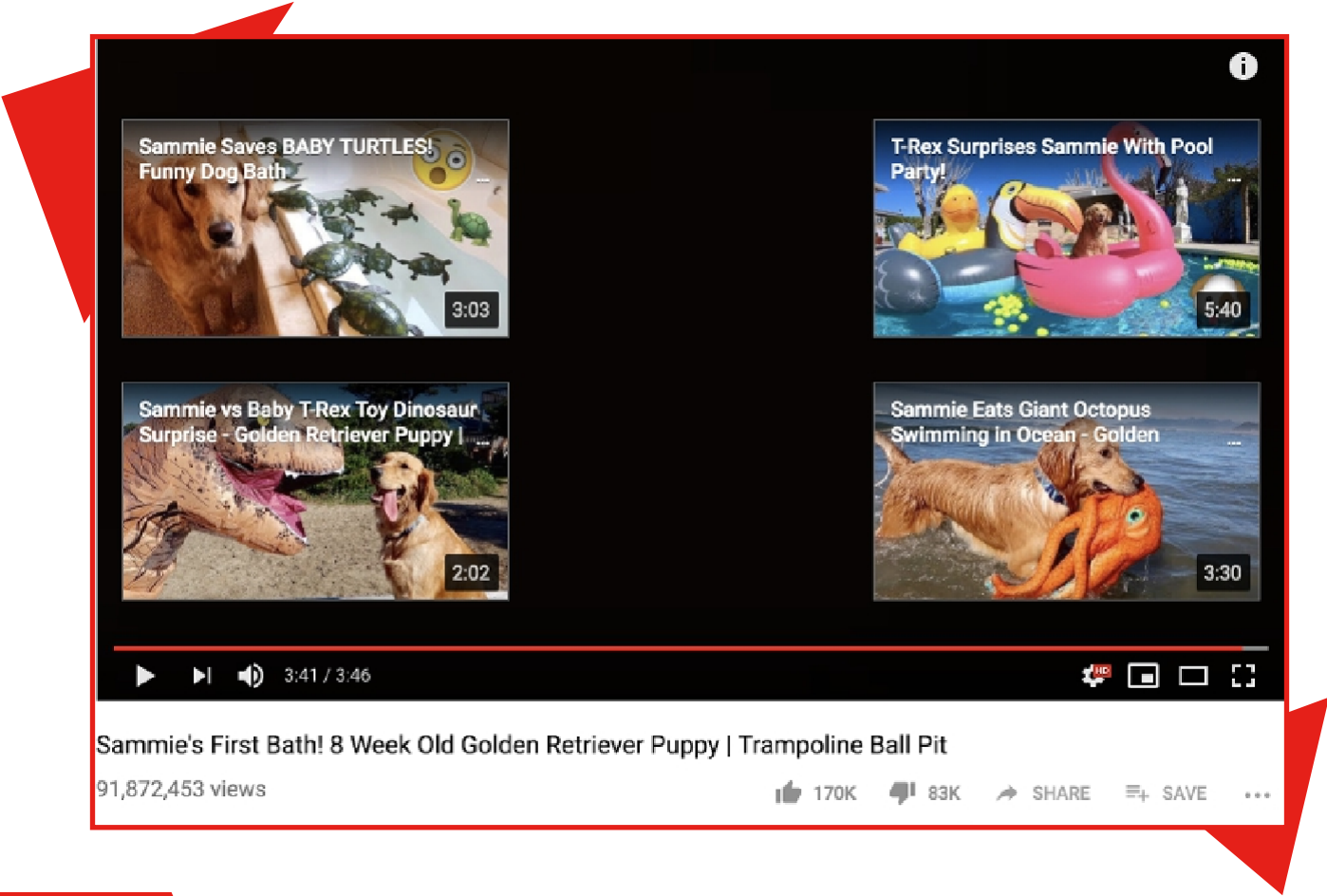
Certifique-se de que os vídeos que você está juntando estão relacionados e fluem bem. Você pode criar várias listas de reprodução para diferentes tipos de conteúdo, então não sinta que precisa espremer tudo em uma só. Torne a experiência agradável para o seu espectador.

 **Coloque cartões do YouTube em todo o seu vídeo** - Os cartões são pequenas bolhas que aparecem sobre um vídeo enquanto ele é reproduzido. Normalmente são chamadas de ação (Call-to-action), pedindo aos espectadores que se inscrevam ou assistam a um vídeo relacionado.

Você pode posicionar estrategicamente esses cartões, analisando o comportamento do Analytics nos bastidores. Esses dados dirão quanto tempo as pessoas geralmente passam assistindo ao seu vídeo. Certifique-se de que seu cartão apareça em seu vídeo antes que haja um êxodo em massa no tempo de exibição.

O tempo de exibição também é importante saber porque esse é um fator que o YouTube leva em consideração ao decidir o que aparecerá na barra lateral sugerida, na página inicial, nas pesquisas, etc. Portanto, fique de olho nesse conjunto de dados!

-
-  **Adicionar uma tela final** - Você adivinhou, a tela final é o que aparece depois que o vídeo acaba. Você deve aproveitar esse tempo com o espectador enquanto ele está tentando decidir o que fazer em seguida. Sua tela final deve conter um incentivo para que o espectador se inscreva, bem como thumbnails atraentes com links para outro conteúdo seu.
-



► 04 CONSTRUA UMA COMUNIDADE

O YouTube tem um número absurdo de usuários e colaboradores ativos. É como o oeste selvagem do conteúdo de vídeo. Pode ser difícil e solitário seguir sozinho, mas se você se unir à sua comunidade de nicho, as coisas podem ser mais fáceis e você pode se apoiar na comunidade para promover seu canal.

▶ **Seja ativo no YouTube** - Não é chamado de rede de mídia social à toa - você precisa ser social para prosperar. Isso significa assistir a vídeos de outras pessoas, especialmente em sua área de especialização, e fazer comentários sobre estes vídeos. Dê-lhes feedback construtivo, incentivo positivo e, quando aplicável, preencha uma lacuna de conhecimento deles criando um link para um de seus próprios vídeos. Isso não apenas construirá um relacionamento positivo com aquele YouTuber (consulte a seção YouTuber convidado), mas também mostrará à comunidade de espectadores que você sabe do que está falando. As pessoas notarão quando você for o mais prestativo possível e isso aumentará sua base de inscritos.

▶ **Compartilhe seus vídeos do YouTube com orgulho** - Provavelmente, você já tem uma rede construída em suas outras contas de mídia social. Comece a compartilhar seus vídeos do YouTube nessas redes para aumentar a conscientização de que você, de fato, tem um YouTube. Talvez alguns de seus seguidores no Twitter também tenham contas no YouTube e se tornem seus inscritos mais recentes. Você nunca sabe até começar a compartilhar!

Outra maneira de obter as visualizações do seu vídeo no YouTube é incorporando-o em seu próprio site e incluindo uma opção de inscrição. Você também pode compartilhar vídeos relevantes em redes de comunidade como o Reddit ou em apresentações no PowerPoint.

▶ **Crie Expectativa para o seu canal** - Uma maneira de ser notado é oferecendo um concurso ou promoção por meio de seu canal. Anuncie em todas as suas redes sociais. Postar sobre os seus vídeos nos vídeos de outras pessoas (relacionadas). Inclua o link para o concurso na descrição do seu canal (ou vídeo) para que as pessoas tenham que ir e ver o seu conteúdo para participar.

VOCÊ ESTÁ PRONTO PARA OBTER ESSAS VISUALIZAÇÕES!

Esperamos que agora você se sinta bem equipado para fazer algumas mudanças em sua estratégia do YouTube e direcionar tráfego para seu canal. Antes de mais nada, lembre-se de criar conteúdo de qualidade. Em seguida, concentre-se em palavras-chave, extras de vídeo e na nutrição de uma comunidade. **Você consegue!**

Depois de construir uma base de inscritos, você pode começar a pensar em ganhar dinheiro com o YouTube.

COMO FAZER A VERIFICAÇÃO DE SEU CANAL

Agora que você tem um grande número de seguidores, uma marca consistente e conteúdo regular de qualidade, aquela pequena certificação cinza é como um emblema de honra. É a maneira do YouTube de mostrar que você chegou lá, que seu canal tem credibilidade.

Como ser **verificado** no YouTube:

- ▶ Vá para <https://support.google.com/youtube/answer/3046484> para ser verificado no YouTube;
- ▶ Se você atender aos requisitos de qualificação, poderá clicar no link '**Fluxo de contato**';
- ▶ Clique em '**Suporte por e-mail**' e preencha o seguinte formulário;

- Seleccione '**SIM**' em 'Esta solicitação é para um selo de verificação?' e envie o formulário;
- Esse selo de verificação ajudará você a se destacar no mar de conteúdo do YouTube. Com 400 horas de vídeos publicados a cada minuto, a alavancagem extra que realmente ajuda.

COMO SER VERIFICADO NO YOUTUBE

Vamos mergulhar nas nuances de ser verificado no YouTube: o que significa, como fazer e como mantê-lo.

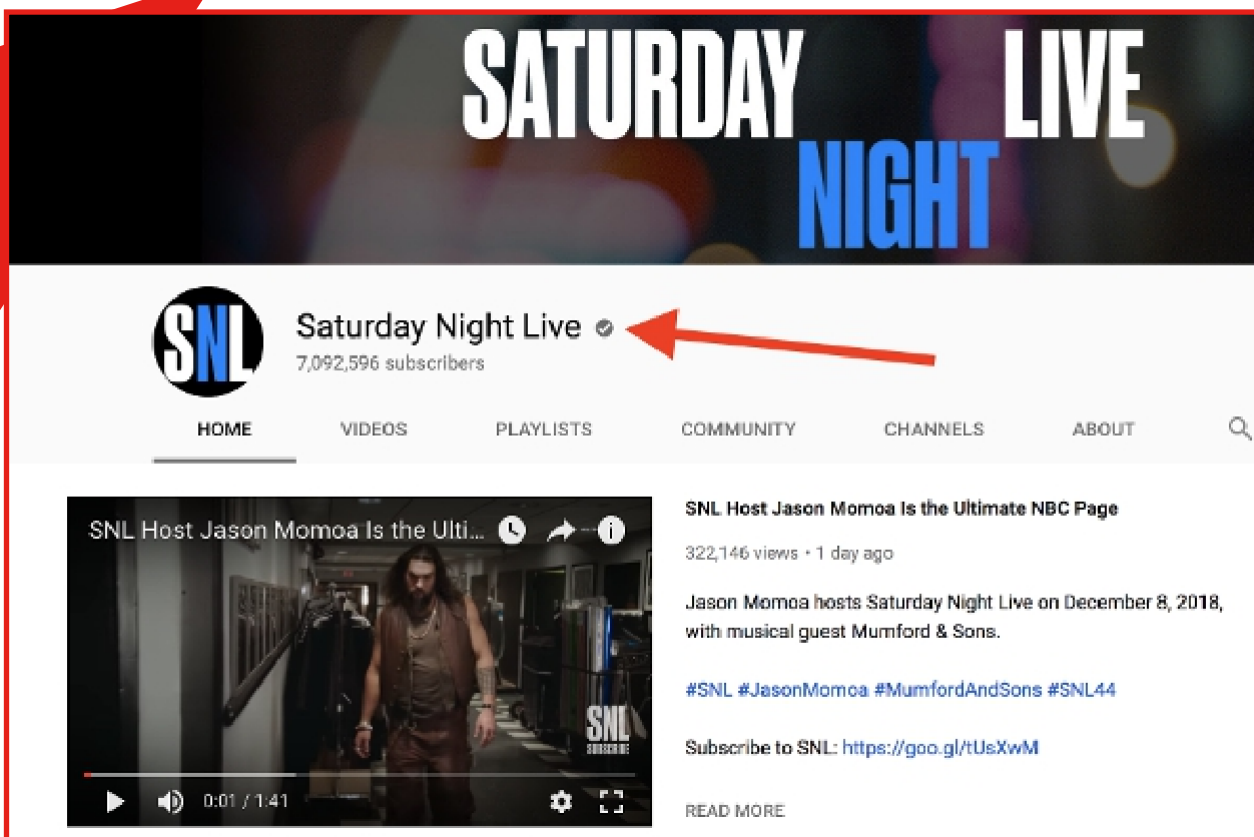
O QUE SIGNIFICA SER VERIFICADO NO YOUTUBE?

De acordo com o YouTube, ser **verificado** significa que o canal do YouTube pertence a um criador estabelecido ou é o canal oficial da marca, organização ou empresa.

Isso não significa que você tenha acesso a quaisquer recursos ou vantagens especiais. Ser verificado simplesmente dá legitimidade à sua marca e canal, um selo de aprovação do YouTube, por assim dizer. Isso torna os usuários mais propensos a confiar em sua marca.

Além disso, evita que imitadores e / ou sites de fãs roubem o tráfego que deveria ir para seu canal.

A maneira mais óbvia de ver se você foi verificado é olhando para o nome do seu canal. Existe uma marca de seleção ao lado do nome? Se não houver, você não foi verificado.





Outra forma de verificar é acessar as **Configurações do Canal** e clicar em **Status & Recursos**. De lá, você poderá ver o status da sua conta. Se sua conta for verificada, você verá em negrito “**Verificado**” ao lado do nome de sua marca.

PASSOS PARA SER VERIFICADO NO YOUTUBE

Para ser verificado, você deve atender ao requisito de elegibilidade do YouTube: seu canal deve ter pelo menos **100.000 inscritos**. Se você atender a esses critérios, poderá seguir as etapas abaixo:

- 1** **Vá para a página de suporte do Google** - Clique neste URL: [https:// support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=en](https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=en), ou copie e cole no seu navegador e pressione Enter.
- Clique em ‘Fluxo de contato’** - Você encontrará o link na seção "Elegibilidade". Haverá uma lâmpada ao lado dele e o texto será destacado em cinza. Não tenho 100.000 seguidores, então não consigo ver o link, mas é aqui que você o encontrará!

Verification badges on channels

When you see a  or  verification checkmark next to a YouTube channel's name, it means that the channel belongs to an established creator or is the official channel of a brand, business, or organization.

Verification badges don't grant access to additional features on YouTube.

How to get a verification badge

Eligibility criteria

Once your channel reaches 100,000 subscribers, you're eligible to submit a request to YouTube for a verification badge. Note that we've made changes to this process over time, so you may see many types of channels with verification badges on YouTube.

Note: If you're an advertiser interested in a verification badge, contact your sales manager to learn more.



You can submit a request for a verification badge once you have 100,000 subscribers — but right now it looks like your channel isn't eligible yet. If this seems wrong, make sure you're signed in with the email address for the eligible channel (click your account icon in the top right and choose that account).

- 3 Escolha 'Suporte por Email'** - O link 'Fluxo de contato' levará você a uma página onde poderá 'Enviar suporte por e-mail'. Clique nele e será solicitado que você preencha um formulário.
- Preencha o formulário** - O YouTube facilita isso incluindo uma pergunta específica, qual seja: "Isso é uma solicitação de selo de verificação?" Diga, SIM.
- Envie o formulário** - O YouTube deve responder em 24 horas, informando se você foi verificado ou não. Se eles decidirem verificá-lo, o símbolo da marca de seleção deve aparecer em alguns dias!

COMO SE MANTER VERIFICADO NO YOUTUBE

O YouTube pode (e irá) remover esse selo de verificação a qualquer momento. A mais óbvia das situações é se você violar os **Termos de Serviço do**

YouTube ou as **Diretrizes da comunidade**. Isso é uma grande proibição e você perderá o selo de verificação rapidamente.

Se o número de seguidores de seu canal cair para **menos de 100.000**, o YouTube não revogará seu selo de verificação. No entanto, se você decidir alterar o nome do seu canal do YouTube (é fácil aprender como alterar seu nome do YouTube se estiver interessado!), por estar fazendo rebranding da sua marca, perderá o status de verificado para o canal renomeado. Você sempre pode se inscrever novamente para verificação usando o novo nome do canal.

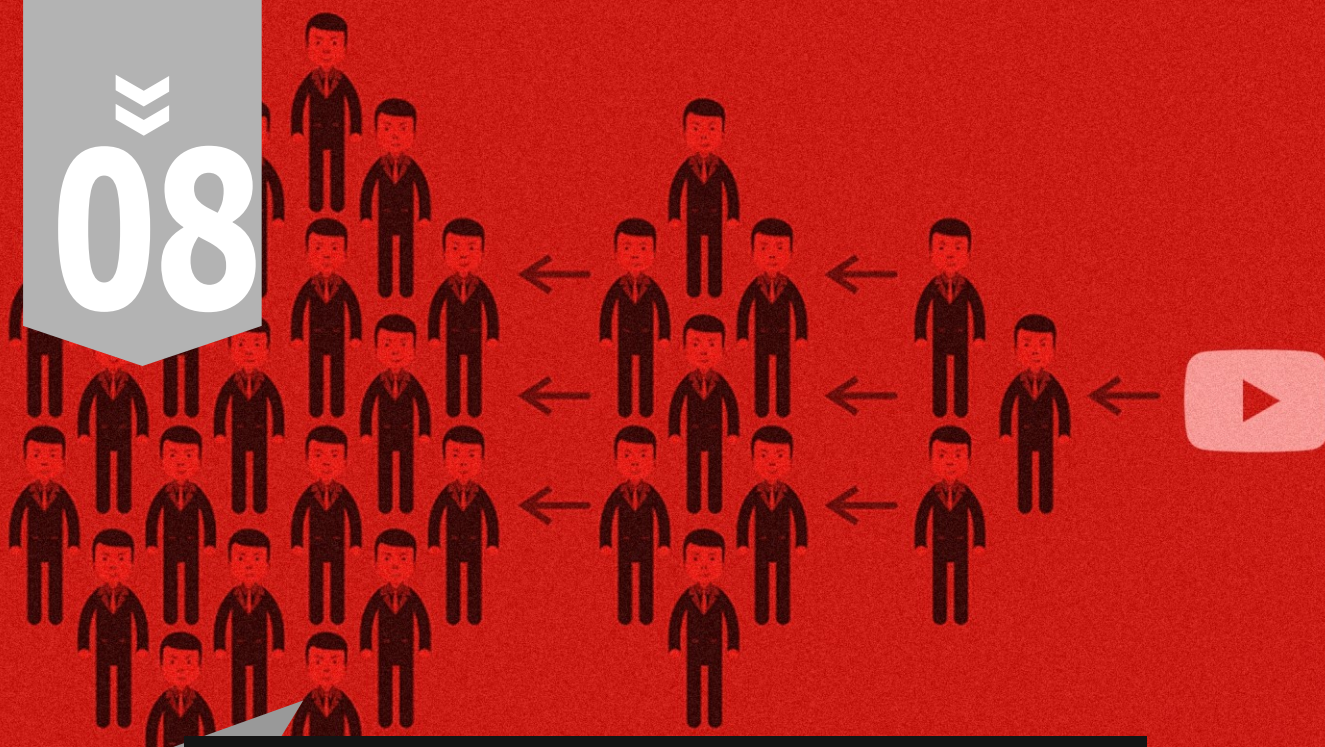
DICAS E TRUQUES PARA SER VERIFICADO

Só porque você tem 100.000 seguidores, não significa que o YouTube tenha que conceder a você a marca de verificação. Eles também avaliarão outros aspectos do seu canal. Se isso o deixa nervoso, confira as dicas abaixo para dar o seu melhor no YouTube.

- 1 Construa sua marca** - Vincule seu site ao seu canal. Isso mostra que seu canal representa sua marca e faz você parecer mais confiável quando o YouTube analisa seu canal. Você precisa de uma marca forte para obter o selo de verificação.
- 2 Mostre sua experiência** - você escreveu um livro, falou em um evento ou fez parceria com outras empresas? Isso é importante mencionar em seu perfil e talvez até incluir em seu conteúdo de vídeo. Se sua marca for realmente forte, às vezes o YouTube contorna a regra dos 100.000 assinantes.
- 3 Não se meta em apuros** - Isso deveria ser óbvio, mas qualquer violação das políticas do YouTube ou suspensões de conta tornará mais difícil para você ser verificado. Você não quer marcações negativas em seu registro. Siga as regras e você ficará bem!
- 3 Publique regularmente conteúdo de alta qualidade** - Não escorregue com um vídeo de má qualidade ou passe semanas sem enviar nada. Você precisa ter uma boa reputação e ser confiável para ser verificado. Se precisar de ajuda com seus vídeos, aqui está um guia sobre como subir um vídeo para o YouTube e exibi-lo.

ESSE SELO DE VERIFICAÇÃO É SEU PARA PEGAR!

Vale a pena fazer a **verificação no YouTube** e ajuda sua marca a se **destacar na área de conteúdo saturado**. Se você atender aos critérios de elegibilidade, siga as etapas acima e envie sua solicitação ao YouTube. Boa sorte!



DICAS DE MARKETING PARA TORNAR O SEU CANAL VIRAL

O YouTube é, sem dúvida, a maior plataforma de vídeo do mundo, com bilhões de usuários ativos e novos vídeos sendo enviados a cada minuto. No entanto, o ponto fraco é que você encontrará vários vídeos em quase todos os assuntos que possa imaginar. Considere isso uma vantagem ou uma desvantagem, como criador de conteúdo ou editor, você tem que trabalhar muito para ter seu vídeo ranqueado nas pesquisas do YouTube, principalmente em face da concorrência. Mas relaxe! Nós resolvemos isso para você.

Aqui estão as **5 dicas de marketing do YouTube** que o ajudarão a promover seus vídeos e obter mais visualizações este ano.

01 ESCOLHA SUAS PALAVRAS-CHAVE COM SABEDORIA

A melhor maneira de obter um **ranqueamento mais alto** nos resultados orgânicos é criar conteúdo em torno das palavras-chave mais pesquisadas. É importante que você escolha as **palavras-chave** certas antes mesmo de publicar um vídeo. Na verdade, se você puder, o ideal é criar seu vídeo em torno de uma única palavra-chave ou tópico. Isso não apenas aumenta suas chances de ranqueamento, mas também ajuda a reconstruir as melhores informações sobre um tópico.

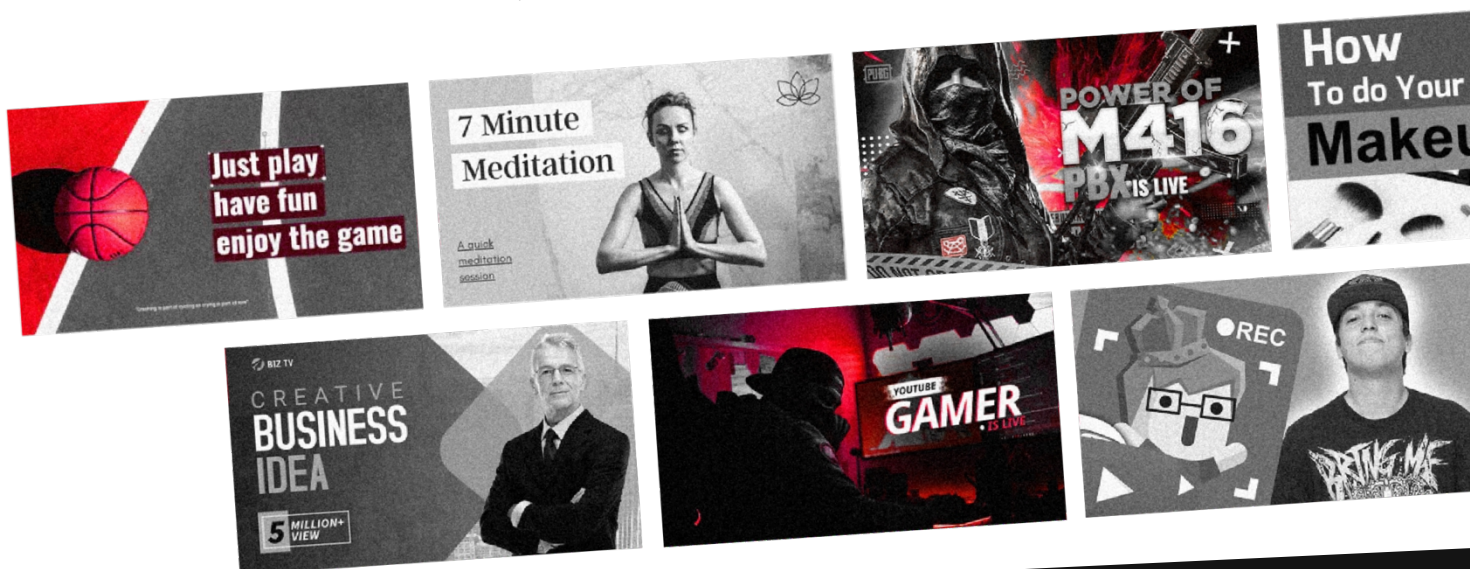
Mantenha o título do seu vídeo de cauda longa e se você puder incluir a palavra-chave principal no próprio título, você já está meio caminho andado. Além disso, você deve incluir as palavras-chave na descrição e fornecer as tags adequadas. Embora isso não funcione mais, por que arriscar? Adicione quantas **metatags** você puder. Você pode obter ajuda de ferramentas online como **RapidTags** e **KParser** para encontrar as tags mais virais em um determinado assunto. Além disso, lembre-se de que você não deseja tornar seu vídeo extremamente longo. Os vídeos de maior sucesso no YouTube têm **menos de 5 minutos de duração**. Tente limitar a duração do vídeo a **10 minutos**. Você pode dividir seu vídeo em várias partes, se funcionar para você.

02 OTIMIZAÇÕES ON-PAGE

Depois de subir seu vídeo, não o publique imediatamente. Precisa ser otimizado para mecanismo de pesquisa para obter os melhores resultados. Fazer a **otimização on-page** é semelhante ao **SEO on-site**, em que você faz mudanças no seu conteúdo para fazê-lo ranquear melhor nas pesquisas. É importante que você forneça uma descrição detalhada que não apenas inclua palavras-chave, mas também seja informativa. É uma vantagem se você puder adicionar links para seu site e canais de mídia social.

03 SELECIONE THUMBNAILS ATRAENTES

Pode não parecer grande coisa, mas os **thumbnails (miniaturas)** têm um grande impacto na obtenção de hits para um determinado vídeo. Se você selecionou uma miniatura atraente, ela dobra as chances de um usuário clicar em seu vídeo. Quando você carrega um vídeo, o YouTube sugere automaticamente três miniaturas selecionando, de



maneira aleatória, os melhores quadros de seu vídeo. No entanto, eu ainda recomendo que você use thumbnails personalizados e utilize **thumbnails que chamem a atenção**.

A pegada está a seguir! A imagem que você está usando na miniatura do seu vídeo não precisa necessariamente estar no seu vídeo. Mas deve estar relacionado ao vídeo, com certeza. Por exemplo, se você estiver compartilhando um vídeo de gameplay de GTA V, ao invés de selecionar uma miniatura aleatória desse vídeo, é melhor enviar uma nova imagem do jogo e usá-la como thumbnail.

►04 I-CARD E ANOTAÇÕES NA TELA FINAL

Fazer o upload de um vídeo simples não faz sentido quando você tem tantas opções diferentes para torná-lo mais interativo e envolvente. Você pode aumentar o apelo do seu vídeo adicionando **cartão de informações e anotações** na tela final. Os i-Cards aparecem no canto superior direito quando alguém reproduz um vídeo e podem ser usados para vincular outros vídeos ou listas de reprodução semelhantes em seu canal. Você também pode criar um link para outro canal do YouTube ou site, criar enquetes e incentivar seus espectadores a participarem de enquetes. Um i-Card geralmente aparece no início do vídeo e os espectadores podem clicar nele enquanto o vídeo é reproduzido.

Vamos agora passar para as anotações na tela final. É claro que, pelo próprio nome, essas anotações são mostradas quando o vídeo está prestes a terminar. Telas finais podem ser adicionadas dos últimos 5 a 20 segundos de um vídeo e você pode usá-las para promover outros vídeos em seu canal e incentivar os espectadores a se inscreverem em seu canal.

►05 ALTERE SUA FREQUÊNCIA DE UPLOAD

A maioria das pessoas pensa que aumentar a frequência de uploads faz com que seus vídeos tenham um melhor ranqueamento nas pesquisas e obtenha mais assinaturas. É um equívoco comum. Claro que pode ser útil em algumas circunstâncias. Mas isso depende mais ou menos do tipo de conteúdo que você está criando. Se você não está obtendo acessos suficientes em seus vídeos anteriores, então não há motivo para aumentar sua frequência de envio, pois não vai adiantar. Em vez de subir com mais frequência, o foco deve estar no momento. Então, se você estiver enviando um vídeo por semana, defina o dia e a hora para isso.

Em primeiro lugar, seus inscritos saberão quando você enviará seu próximo vídeo. Então, definitivamente, eles ficarão curiosos para saber como será seu próximo vídeo e isso dobra as chances de seus inscritos assistirem a seu novo vídeo. Se seu público de inscritos estiver gostando de seus vídeos ou você estiver conquistando novos espectadores ou espectadores recorrentes, seus vídeos definitivamente terão melhor ranqueamento nas pesquisas também.

HORA DE SE TORNAR VIRAL

Aí vem a melhor ou talvez a mais difícil tarefa. Quando você tiver concluído todas as etapas mencionadas acima, é hora de tornar seu vídeo **viral**. Mas, claro, não é tão simples quanto parece. Se você quer se salvar de problemas, tem que agir de uma maneira muito inteligente. E o mais importante, você precisa ter paciência. Uma etapa que não deve ser pulada de forma alguma é deixar de ter uma presença nas redes sociais. Não se esqueça de compartilhar cada um de seus novos vídeos no maior número possível de canais de mídia social. Você pode compartilhar seus vídeos em grupos e comunidades relevantes, o que lhe trará mais visualizações e inscritos.

Você também pode executar promoções pagas por meio do **Google Adwords**. O YouTube permite que você crie campanhas publicitárias interativas, nas quais você pode definir seu orçamento e localizações geográficas onde deseja que os anúncios sejam exibidos. Quando uma determinada campanha está no ar, os anúncios que você criou aparecerão durante um vídeo (no início ou após alguns minutos) ou serão exibidos na barra lateral junto com um ou dois outros vídeos promovidos.

Você também pode ter ajuda de sites de envio de vídeo e sites de troca de visualizações, como **Views2Be** e **YtMonster**, que são um bom ponto de partida. É bom seguir todas as práticas supracitadas, mas se você realmente deseja que seus vídeos se tornem virais ou gerem receitas por meio de seu canal, não deixa de utilizar as promoções pagas. Com o suporte do Google Adwords, é simples, barato e a maneira mais eficaz de obter hits relevantes em seus vídeos.



COMO SE TORNAR UM YOUTUBER DE SUCESSO

Desejando aprender como se tornar um Youtuber neste ano desafiador? Nem todo mundo pode se tornar um YouTuber, a menos que tenha dedicação e um conceito extraordinário com conteúdo para entregar.

Começar um vlog não é desafiador, mas se tornar um YouTuber vem com condições de 'deveria'. A consulta "Como se tornar um YouTuber" tem mais de **19 milhões** de resultados de pesquisa no ano de 2018. Ela mostra uma fome extrema nas pessoas de se tornar um YouTuber.

Dentre milhões, quantas pessoas realmente se tornam o que desejam?

Provavelmente alguns em centenas!

Esses poucos são ninguém menos que aqueles que se dedicam a sua paixão, conteúdo e excelência de execução. Este Capítulo guiará aqueles usuários que literalmente desejam se tornar um YouTuber de sucesso este ano.

Surgem várias perguntas quando você pretende entrar no vlogging:

- 1 Em que nicho eu deveria estar?
- 2 Preciso pesquisar profundamente antes de iniciar meu primeiro vlog?
- 3 Devo comparar com concorrentes no mesmo nicho?
- 4 Meu Vlog me ajudará a ganhar dinheiro no primeiro ano?

São vários os passos para iniciar um vlog. Vamos cobrir cada etapa para se tornar um YouTuber de sucesso!

01 PESQUISE SOBRE NICHOS E CONCORRENTES

- ▶ **Antes de pesquisar** - Analise suas habilidades para descobrir aquilo em que você é bom. Pode ser o seu interesse em Viajar, Compartilhar Conhecimento, Expor fatos, Aconselhar, Debater, Imitar ou Qualquer habilidade como essas.

Não tente converter conteúdo em plágio, ou seja, copiar o vlog de outra pessoa devido à sua popularidade. Polir o seu “eu interior” para executar conteúdo original parece ser o potencial. Em vez de seguir outros nichos, seria mais saudável entregar o que você realmente acredita.

- ▶ **Até certo ponto** - Pesquisar em um nicho é bom para começar. Auxilia na elaboração de estratégias em uma série de vlogs que estão incluídos no plano. O SEO de vídeo é aquele que precisa ser pesquisado, para que o conteúdo fique na primeira página do resultado.

A pesquisa detalhada não é necessária, a menos que você esteja falando algo sobre o tópico sobre "Estratégia de Marketing" ou "Analytics". Para um comediante ou músico, o escrutínio aprofundado não tem significado, todos eles têm que mostrar seu talento que não requer pesquisa.

▶ **Cada vlogger é diferente** - Seu conteúdo é diferente, sua forma de execução é diferente; então por que comparar? A comparação ocorre quando um vlogger copia algo de outro vlogger profissional para desenvolver seu próprio canal. A menos que você seja genuíno, a comparação não deve ser o caso de seriedade.

▶ **Faça uma escolha** - Os vlogs com o objetivo de ganhar dinheiro não duram mais. Quem se importa se um canal está ativo nos últimos 10 anos? É inútil, a menos que a questão do valor seja fornecida.

Tentar ganhar a atenção dos espectadores de maneira positiva, criando conexão e confiança no público, acaba por levar à fama e, portanto, gera receita. No Vlogging, investimento é igual a conteúdo de alta qualidade + anos de esforços; e, finalmente se chega ao reino do sucesso do vlogging.

▶ 02 IDÉIAS PARA COMEÇAR UM VLOG

Várias idéias rondam a mente. Qual é aquela ideia capaz de leva-lo na rota da popularidade? Saber antecipadamente como se tornar um YouTuber e ter ideias sobre por que se tornar um.

Algumas **ideias estimulantes** para as quais você acha que está preparado:

▶ **Fazer Vídeos Didáticos** - Orientar as pessoas com soluções para realizar uma determinada atividade ou se despojar de algum assunto que não tem saída óbvia. Isso pode incluir Como pintar, fazer acrobacias, escapar de ficar preso no carro, treinamento físico, estratégias de marketing, uso de photoshop, começar um blog, truques e dicas em minutos, etc.

- ▶ **Recriar músicas e canções** - Uma quantidade imensa de canções já existe. Este nicho é uma das ideias de vlogging mais populares para ficar famoso em semanas.
- ▶ **Vídeos de pegadinhas** - Uma combinação de Lógica + Diversão que faz as pessoas rirem muito.
- ▶ **Compartilhamento de tutoriais** - Resolver dúvidas técnicas ou relacionadas à Web do início ao fim do resultado.
- ▶ **Recriando cenas de filmes épicos (engraçado)** - Seja Hollywood ou Bollywood, extraia cenas épicas do filme e recrie-as de uma forma divertida. Talento para representar e atuar tem importância.
- ▶ **Atualizações e notícias sobre negócios, política ou eventos raros** - Pode ser muito sério ou ter a intenção de entreter.
- ▶ **Entrevistas** - Segmente um grupo específico de pessoas para entrevistar; sejam celebridades, personalidades do esporte, empreendedores, técnicos ou pessoas variadas.
- ▶ **Vídeo de fatos** - Uma opinião sua sobre algo que gera fatos, críticas e soluções simultaneamente. Também pode ser chamado de "Vídeo retórico".
- ▶ **Eventos ao vivo** - Postar sobre shows, musicais ou eventos ao vivo para o seu público, participando de eventos musicais, de premiação ou de moda..
- ▶ **Revelação de Talento** - Ser um comediante, jogador ou personalidade incomum que executa um talento que diverte e difere dos outros.
- ▶ **Vídeos Documentários** - Curta-metragem ou história baseada em tópicos morais; representando eventos reais para fornecer um relatório factual sobre um assunto específico.
- ▶ **Vídeo de Receitas** - Destaque-se daqueles que são chefs típicos disponíveis por aí. Traga algumas novas receitas, apresentando de novas maneiras que as pessoas adorariam seguir e recomendar você.

03

ADERIR A UM CONCEITO ÚNICO E DEFINIR A RAZÃO DE SER DO CANAL

Para iniciar um vlog, é necessário manter o conceito do **blog** em mente, mesmo que você não faça blogs. Um determinado blog se torna popular apenas quando se torna conhecido por um determinado assunto: **Tecnologia, Negócios, Paternidade, Tratamento, Educação, etc.**

Da mesma forma, o vlogging deve começar com um **nicho** exclusivo para que os espectadores entendam sobre o que você sempre fala: **dicas de culinária, viagens ou saúde**; do contrário, não haveria razão para os usuários se inscreverem em um canal que não define sua razão de ser.

04

SEGMENTE SEU PÚBLICO

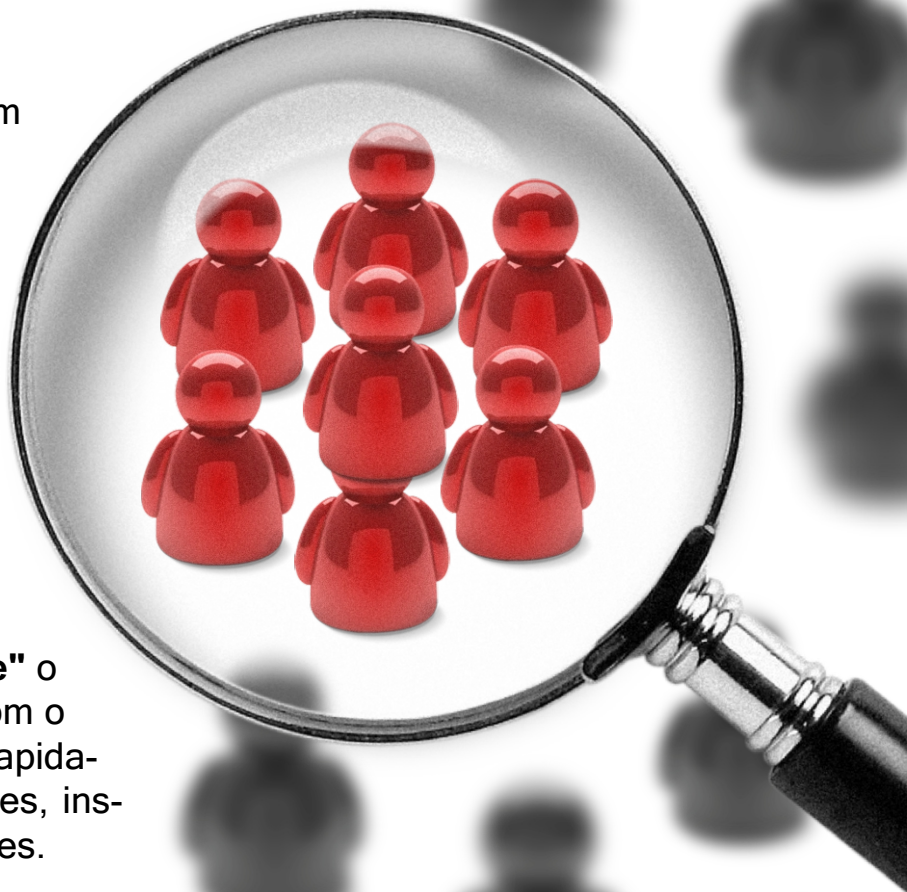
A menos que o conteúdo se refira ao nicho de **'Entretenimento'**, que tem todos os tipos de público inscrito, ninguém se inscreveria em um canal sem um público-alvo bem **segmentado**.

O pré-planejamento de um vídeo tem alguns fundamentos, incluindo **"Público-alvo"**.

Quem assistiria seus vídeos cheios de conteúdo?

Certamente, não é qualquer grupos de pessoas, mas apenas aqueles que estivessem interessados na categoria.

"Fotografe e classifique" o conteúdo do vídeo de acordo com o público-alvo, que aumentaria rapidamente o número de visualizações, inscritos e comentários encorajadores.



► 05 PROMOÇÃO DE 2 MESES (2 VÍDEOS)

A intenção de se tornar uma **marca** é algo que vem na fase profissional, e sem promover de vídeos no estágio inicial demorará anos para se tornar uma pessoa conhecida. Ao lançar um ou mais vídeos, faça um teste de desempenho, examinando qual vídeo obteve mais visualizações, curtidas e levou ao aumento de inscritos.

E o mesmo vídeo principal é perfeito para **promover por um mês ou mais**. A melhor programação para fazer a promoção de vídeo é no período da noite até a meia-noite ou nos fins de semana. Para obter popularidade instantânea, tente promover pelo menos 2 vídeos segmentando a programação.

Existem possibilidades que podem ou não estar no seu orçamento, portanto, é sempre melhor investir alguns reais em promoções, em vez de esperar meses para tornar o vídeo popular organicamente.

► 06 ATINGIR A MONETIZAÇÃO

A **monetização** é a porta de entrada pela qual você pode realizar seus desejos, por meio da receita gerada por anúncios. Você deve ter ouvido que o YouTube impôs alguns pré-requisitos a serem alcançados a fim de habilitar o canal para monetização.

Defina uma meta para ganhar mais de 2.000 inscritos e 4.000 horas (basicamente 120.000 visualizações de 2 minutos cada) em 3 meses. Faça mais rápido promovendo vídeos organicamente nas mídias sociais, blogs, fóruns e também anúncios pagos, em vez de perder tempo produtivo. Alcançar o limite determinado do YouTube em 3 meses economizaria o restante de seus 9 meses para se concentrar em outro conteúdo valioso e começar a lucrar com isso.

► 07 COMO EDITAR SEUS VÍDEOS E DEIXÁ-LOS ATRAENTES

Saber previamente como se tornar um Youtuber é necessário para desenvolver habilidades fundamentais que permitam a você iniciar um vlog de forma independente. No caso, você é um vlogger de atividades ao ar livre que costuma filmar ao ar livre. Lugares de aventura, eventos, shows de estradas, ruas e pistas; isso significa que seu vlog seria completamente diferente do Vlogger educacional / de informações (ambos basicamente internos).

08 COMO GANHAR 10.000 INSCRITOS POR MÊS

É necessário apenas **"Uma impressão"** para o espectador clicar assertivamente no botão de inscrição. Antes de fazer qualquer movimento, VOCÊ PRECISA PLANEJAR UM 'TEMPORIZADOR DE IMPRESSÃO'. Se o vídeo que você terminou tiver uma duração de 15 minutos, certifique-se de onde e como você adicionaria o 'Momento' para conquistar o coração dos espectadores.

Por exemplo, você é um chef - então, o principal momento impressionante pode ser o momento **"Fogo na Panela"** ou a maneira INESQUECÍVEL de picar os vegetais em segundos; ou podem ser suas habilidades de apresentação. Esses são os momentos em que os usuários se inscrevem sem qualquer dificuldade.

Confiando no nicho, no conceito e na qualidade do conteúdo, um novo vlogger poder ganhar de 5 mil a 10 mil inscritos por mês. Alguns pré-requisitos precisam ser seguidos:

- ▶ A cena mais impactante deve ser logo no começo do vídeo para permitir que os usuários não pulem ou ignorem;
- ▶ Movimentos cinematográficos e adição de efeitos ao vídeo;
- ▶ Adicione música de fundo atraente (em algumas partes do vídeo) - Use apenas música isenta de royalties ou compre uma para supervalorizar seu conteúdo;
- ▶ Incorpore filmagens gratuitas sempre que necessário - Não use outros vídeos ou imagens dentro do vídeo - o YouTube vai roubar seu dinheiro e contabilizá-lo como proprietário do vídeo ou imagem - Compre em vez disso;
- ▶ Colocar o botão de inscreva-se na tela;
- ▶ Convidar as pessoas para se inscreverem em seu canal;
- ▶ Chamada para ação (call-to-action).

CONCLUSÃO

Os principais elementos do vlogging são **Conteúdo Útil, Som Nítido e Visual de Alta Qualidade**. Além do que você preparou, os principais componentes do "**Conteúdo**" devem ser: **Vídeos informativos / educacionais e divertidos**.

Com certeza as pessoas se concentram em fazer um vídeo útil, mas sem adicionar entretenimento e diversão, deixam o vídeo extremamente sério, o que o torna chato também. Integre alguns de riso solto entre os momentos sérios (dependendo do tipo de conteúdo) para que as pessoas aproveitem o vídeo e se tornem seus fãs.



10

TÉCNICAS DE SEO

Você está se perguntando como classificar vídeos no YouTube e no Google? Destacar-se no maior mecanismo de busca de vídeos do mundo, o YouTube, não é realmente fácil, mas se você conhece o processo exato, não é tão difícil aumentar as visualizações, os inscritos e o tráfego de seu canal.

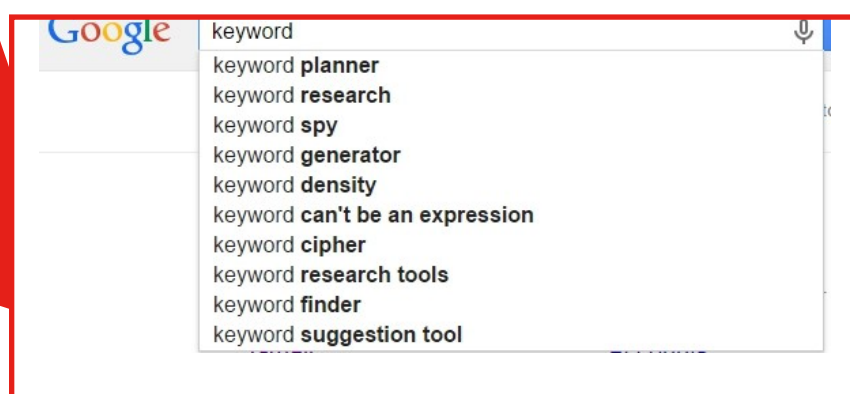
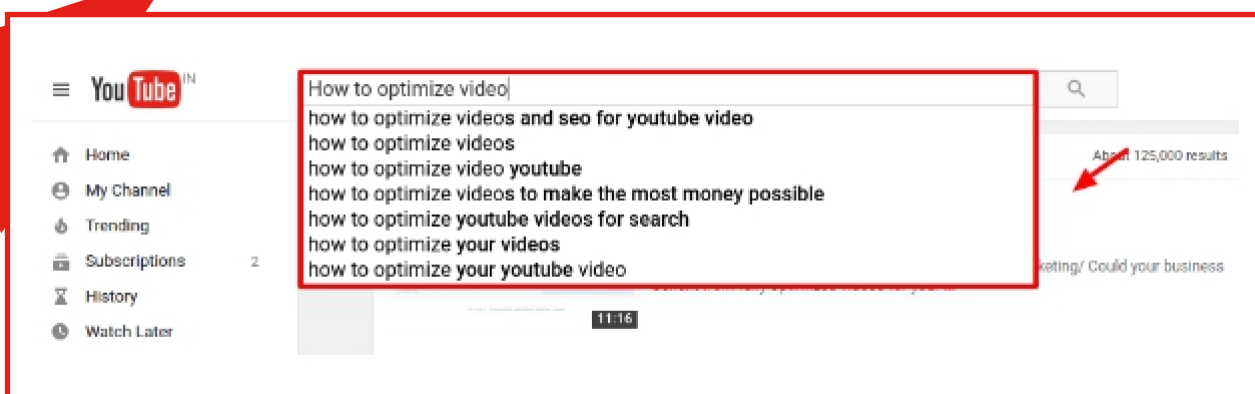
As **palavras-chave** sempre desempenham um papel importante na classificação de **SEO** e, quando falamos sobre SEO do YouTube, não podemos esquecer a importância das palavras-chave nos vídeos. Portanto, criar um vídeo em conjunto com o seu site será uma jogada inteligente; seu site e vídeo podem ocupar o primeiro lugar na página de pesquisa do Google. Incorporar vídeo ajuda a melhorar o SEO do vídeo e o site.

Então, se você realmente deseja aumentar as visualizações, os assinantes e o tráfego do seu vídeo do YouTube, aqui estão algumas dicas incríveis de SEO do YouTube para este ano.

01

PESQUISE PALAVRAS-CHAVE DE VÍDEO NO PREENCHIMENTO AUTOMÁTICO

Você deve estar pensando agora que tipo de **palavras-chave** entram na segmentação de preenchimento automático. Bem, essas palavras-chave de vídeo são geralmente palavras-chave de cauda longa que aparecem no **YouTube** e no **Google Autocomplete**. Para pesquisar palavras-chave de cauda longa, basta digitar a palavra-chave principal na caixa de pesquisa e ela aparecerá com a frase para completar sua palavra-chave. Além disso, você também pode usar o caractere sublinhado (_) para obter resultados ou ideias mais específicas.



02

APRENDA A COMPETIÇÃO PELA PALAVRA-CHAVE

Para saber a concorrência de suas palavras-chave, você deve instalar a extensão **MozBar Chrome** no Google Chrome. Sim, depois de instalar a extensão MozBar Chrome, você pode fazer sua pesquisa de palavras-chave digitando

seu termo de pesquisa assim - site: **www.youtube.com** seu termo de pesquisa. O resultado de **AP (autoridade de página)** mais alto será mostrado no topo.

Você pode verificar a AP (autoridade de página); se tiver elevada AP, a palavra-chave é mais competitiva. Palavras-chave gerais são naturalmente mais competitivas; conseqüentemente, escolha uma frase específica do preenchimento automático do YouTube / Google para fazer um vídeo melhor e liderar o resultado da pesquisa.

The screenshot displays three search results. The first result, 'The 40 best free WordPress themes | Web design | Creative ...', has a red box labeled 'Domain Authority' pointing to its DA: 87. The second result, '60 brilliant WordPress tutorials | WordPress | Creative Bloq', has a red box labeled 'Page Authority' pointing to its PA: 73. The third result, 'Calypso | Material Design WordPress Theme - ThemeForest', has a PA: 47. Each result includes a green progress bar for PA, a blue progress bar for DA, and a 'Link Analysis' icon.

Rank	Page Authority (PA)	Domain Authority (DA)	Links
3)	73	87	333 links
4)	73	87	807 links
5)	47	98	7 links

Para verificar os vídeos mais bem posicionados do YouTube, você pode instalar a extensão **vidIQ chrome** e pesquisar sua palavra-chave no YouTube. Por meio do vidIQ, você obterá uma **pontuação de SEO** com base nas **curtidas, dislikes, comentários, visualizações, inscritos, compartilhamentos, tempos de visualização, engajamento e outras métricas de vídeo**.

Filters

About 324,000 results

Prevent #Catmageddon
Ad truthorange
3,735,714 views
Smoking = No Cats = No Cat Videos. Get On Board & Help Finish It!

Molly in Texas
Ad ZAGAT
1,179,675 views
With Big Hair Eating Big Food

Dear Kitten
BuzzFeedVideo
2 years ago • 26,418,433 views
Cats everywhere are promising big changes for a taste of wet cat food. What will your cat do? Tell us: <http://www>.

271.4K

49.6K

1.21%ER

Engagement Rate

video kitten cat cute cat food wet cat food adorable

sock drawer funny playful puppies kittens puppy

boyfriend girlfriend kitty meow pet silly pets bfvsgf

bf vs gf pranks funny cats pranksprank hamster toy

laugh bird jesse rescue laughing couple dating joke

shelter relationship protection relationships chihuahua

wildlife doberman doggy kitties just for laughs toys

jokes hunting funniest Comedy Animals Cats Animal

Dogs Dog hidden camera the ellen degeneres show

practical

Tags

Dear Kitten
by Purina Friskies
Dear Kitten: The Forbidden Water Bowl 1:43
Dear Kitten: The Vertical Carpet 1:51
View full playlist (13 videos)

vidIQ BASIC

SEARCH TERM

dear kitten

INLINE KEYWORDS

Disable Inline Keywords

HIGHEST VIEWS: 26,418,433

AVG VIEWS: 5,260,060

ADDED LAST 7 DAYS: 0/20 CC: 1/20

AVG AGE: 1 YEAR

TIMES IN TITLE: 17/20

TIMES IN DESC: 4/20

TOP CREATOR: Purina Friskies

Keyword Score

Search Volume 19

Competition 84

Overall 17/100

Related Queries

Top Rising

dear kitten friskies 100

buzzfeed dear kitten 85

dear kitten friendship 60

sad cat diary 25

dear kitten vacuum 20

dear kitten massage 20

dear kitten beginnings 15

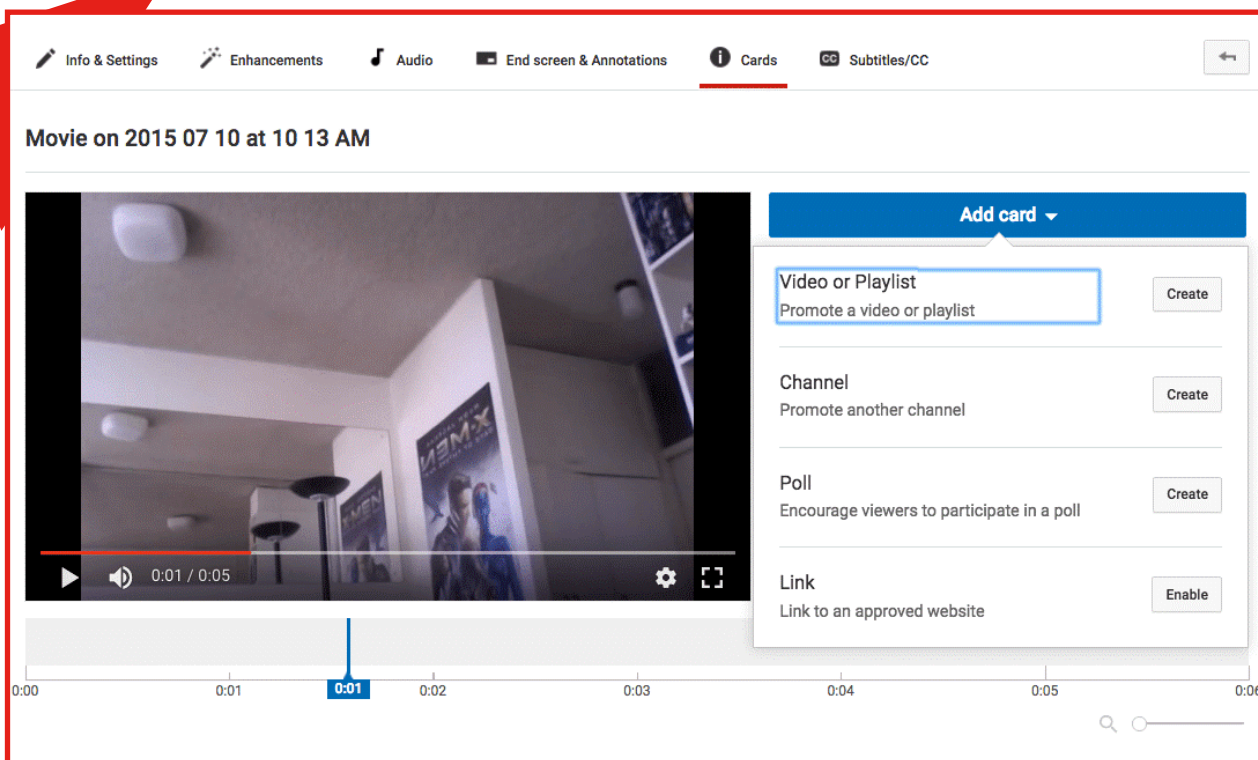
Top Search Keywords

kittens 44.3 kitty 48.9 cat 51.8

03 CRIE SEU VÍDEO COM PRECISÃO

- Diga suas palavras-chave alvo** - Para ranquear seu vídeo no topo do YouTube, você também deve usar sua palavra-chave verbalmente. Está provado que quanto mais você usa sua palavra-chave verbalmente, seu vídeo terá mais chance de se classificar no topo.

- ▶ **Tamanho é força** - A duração do conteúdo é muito importante no posicionamento do site, não importa se é um blog ou vídeo. Vídeos mais longos têm mais chances de ranqueamento no topo porque as pessoas sempre procuram por conteúdo informativo. No entanto, não existe uma duração de vídeo perfeita além de minutos. Vídeos de 10 minutos alcançam melhores resultados.
- ▶ **Qualidade HD** - Ninguém gosta de assistir a vídeos de baixa qualidade, então certifique-se de usar uma câmera de elevada qualidade para fazer seu vídeo. A qualidade do seu vídeo fará a maior diferença e certifique-se de que a configuração da câmera esteja correta.
- ▶ **Seja objetivo** - Apenas para aumentar a duração do seu vídeo, não o prolongue adicionando conteúdo desnecessário ou pausas. Entenda seu objetivo, para que você possa fazer um vídeo sobre o assunto sem que o espectador perca o interesse.
- ▶ **Cartões** - Se você nunca ouviu falar sobre cartões, os cartões são pequenos botões informativos que você pode encontrar em qualquer canal de vídeo do YouTube. Este botão pode ser vinculado a outros vídeos relacionados, enquete, site associado, doações ou outros canais do YouTube. Esses cartões são compatíveis com dispositivos móveis e você pode adicioná-los no gerenciador de vídeos do YouTube.

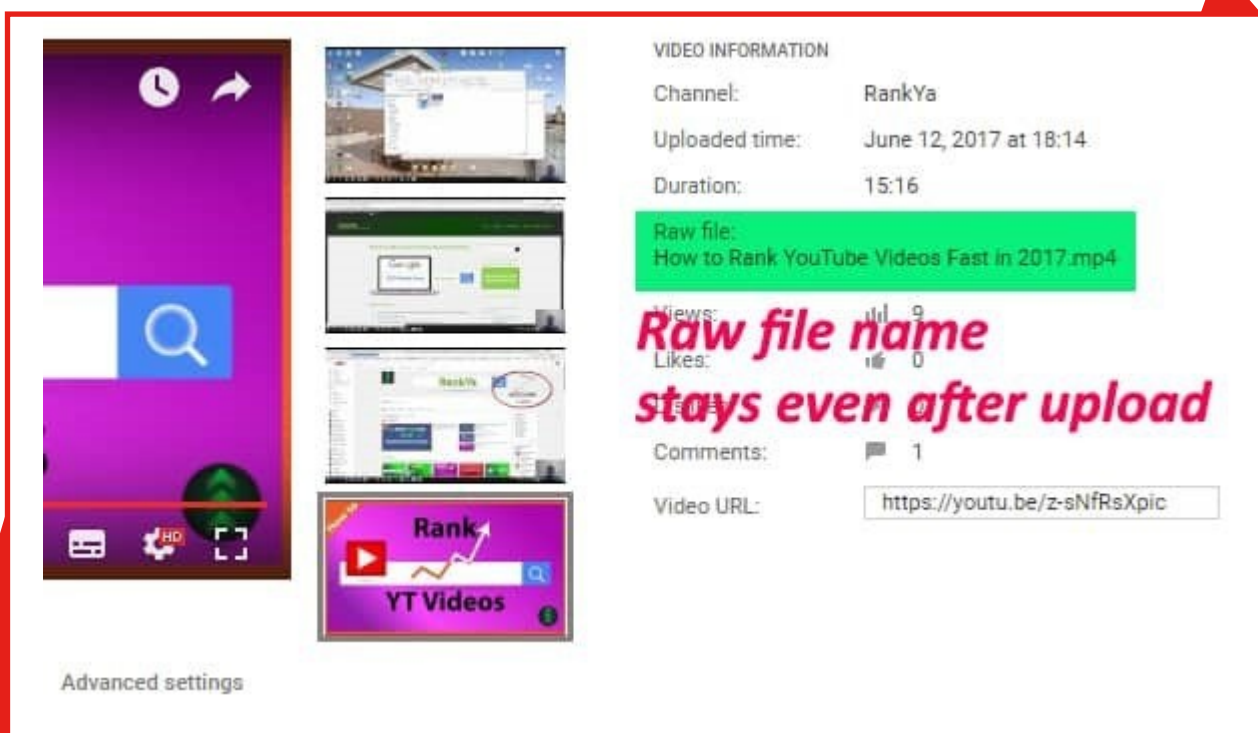


▶ 04

FAÇA O UPLOAD DO VÍDEO COM UMA PALAVRA-CHAVE COMO NOME DO ARQUIVO E CRIE UM BLOCO RICO EM PALAVRAS-CHAVE

Para classificar seu vídeo do YouTube no topo, é muito importante fazer com que o nome do arquivo de vídeo seja sua palavra-chave. Portanto, certifique-se sempre de salvar seu arquivo usando sua palavra-chave antes de subi-lo.

E, para criar um título atraente para o seu vídeo, você precisa se concentrar em duas coisas - **palavra-chave** e uma **headline marcante**. O Google geralmente exibe apenas **50-60 caracteres**, portanto, sempre tente manter o alcance. Não é necessário usar a palavra-chave exata, mas certifique-se de que sua palavra-chave esteja presente em seu título.



► 05

ESCREVA UMA DESCRIÇÃO LONGA PALAVRAS-CHAVE, MARCA TEMPORAL E LINKS

Então, você fez um ótimo vídeo no YouTube e está pronto para fazer o upload, mas o que vem a seguir?

Descrições longas são ótimas para serem pesquisadas pelo máximo de pessoas possível. Apenas certifique-se de ter usado pelo menos uma **palavra-chave** em seu primeiro parágrafo porque é muito importante ranquear seu conteúdo no topo das pesquisas. Além disso, você também pode adicionar **timestamps** em sua descrição, para que os espectadores possam pular para essa seção específica diretamente, sem qualquer espera. Ademais, você também pode adicionar **links de vídeos úteis, links de blogs ou outros recursos úteis** na descrição para criar mais engajamento neste ano.



AskGaryVee

Published on Apr 30, 2018

SUBSCRIBE 150K

On this very special episode of the #AskGaryVee Show #sponsored by Chase, in honor of small business week, the marketing and product executive from Chase Business Banking, Brent Reinhard stops by and we talk about:

- How to scale a small family business
- Using social media to increase how many customers you have
- Getting the community involved in your business and making it stand out from others

#QOTD: As a small business owner, what do you look for in a bank? Also, what has a bank done for you that's been helpful?

#QUESTIONS:

4:12 - Richard Farrell from Malachy Parts and Services

12:00 - Emily Cataldo from Saverio's Authentic Pizza Napoletana

29:00 - Tyler Braddock and Gabby Borrero from the Vault Music Studio

► Check out my main YouTube channel here:

<http://www.youtube.com/c/garyvee>

► Find #AskGaryVee here:

<https://www.facebook.com/askgaryvee>

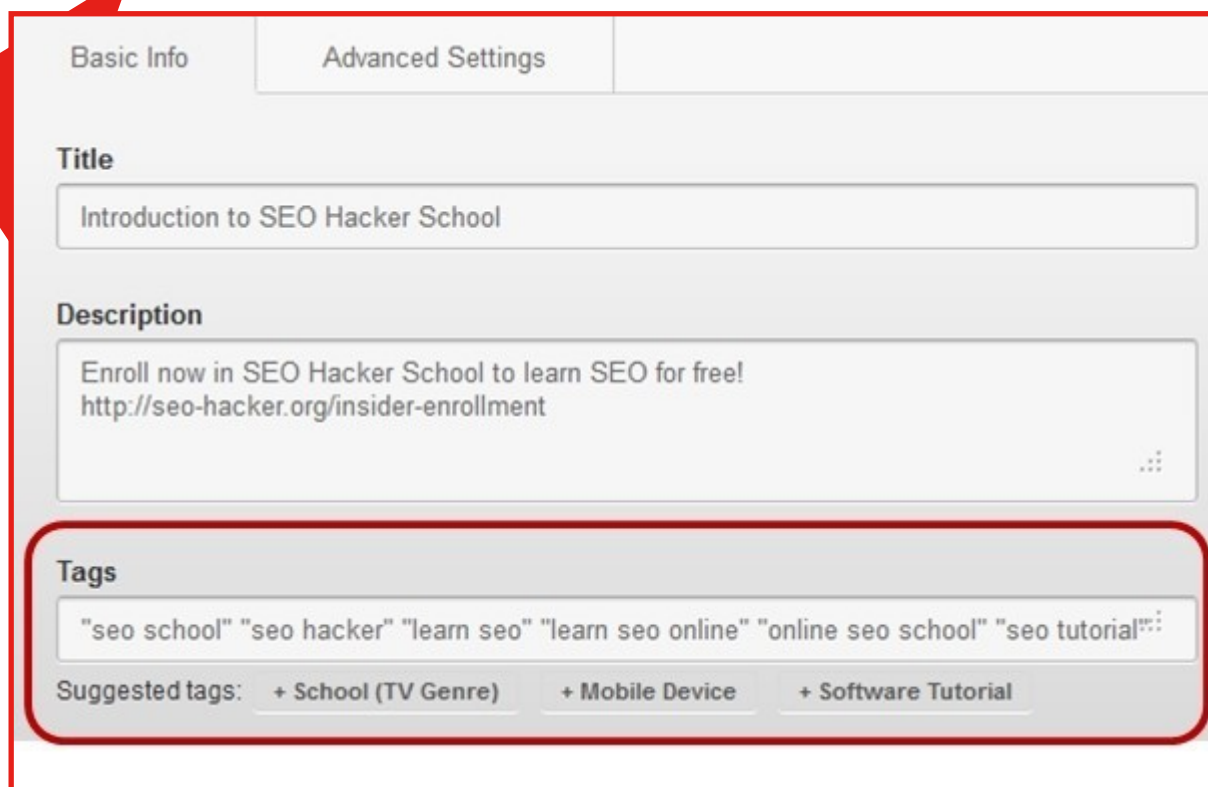
Gary Vaynerchuk is a serial entrepreneur and the CEO and founder of VaynerMedia, a full-service digital agency servicing Fortune 500 clients across the company's 5 locations. Gary is also a prolific public speaker, venture capitalist, 4-time New York Times Bestselling Author, and has been named to both Crain's and Fortune's 40 Under 40 lists.

► 06 TAGS PARA VÍDEOS DO YOUTUBE

As **tags** são outra tática útil que ajuda o vídeo a se classificar no topo. Ao adicionar tags, você ajudará o Google e o YouTube a reconhecer do que trata seu vídeo. Portanto, não tenha medo de usar tags dos canais de seus concorrentes, porque no marketing do YouTube é a prática recomendada que realmente funciona. Aqui estão algumas dicas profissionais para usar tags - use sua palavra-chave exata, por exemplo - do **Google SEO**.

Faça alguma variação dessa frase ou palavra em suas tags, por exemplo - **Google search engine optimization**.

Por último, você também pode adicionar tags de outros tópicos abrangidos pelo seu vídeo. Por exemplo - **marketing de conteúdo, link building, etc.**



Basic Info Advanced Settings

Title

Introduction to SEO Hacker School

Description

Enroll now in SEO Hacker School to learn SEO for free!
<http://seo-hacker.org/insider-enrollment>

Tags

"seo school" "seo hacker" "learn seo" "learn seo online" "online seo school" "seo tutorial"

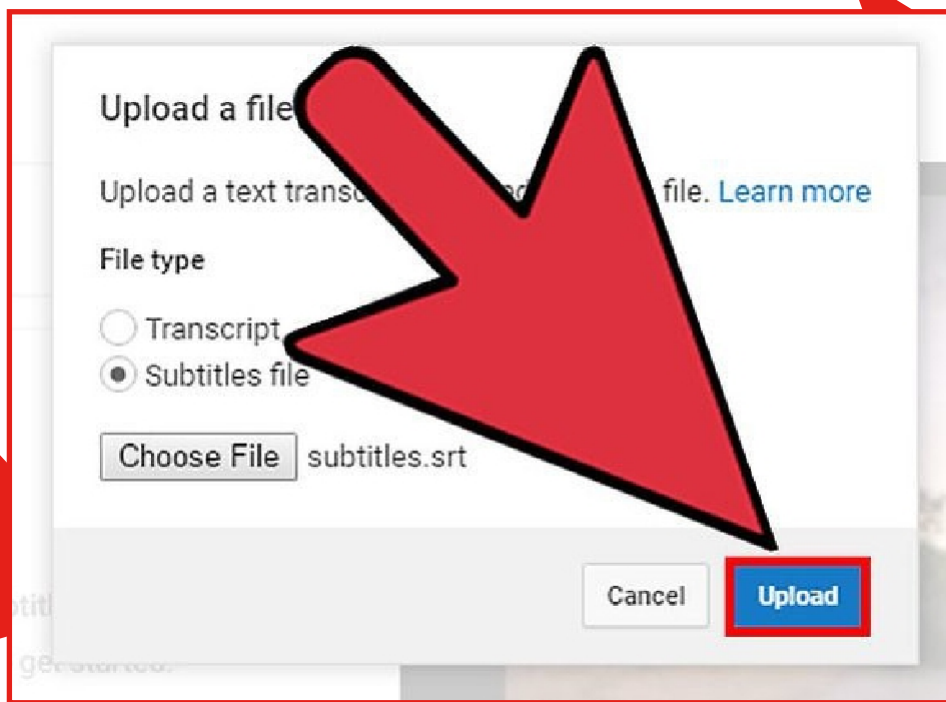
Suggested tags: + School (TV Genre) + Mobile Device + Software Tutorial

07 CRIE UMA BOA THUMBNAIL PERSONALIZADA

Para cada empresa, é vital criar uma boa **miniatura**, então carregue uma miniatura (thumbnail) personalizada no gerenciador de vídeo, na aba “**Informações e configurações**”. Para fazer uma boa miniatura, a dimensão precisa ser **1280 (larg.) x 720 (alt.) pixels** e escrever a descrição em letras garrafais.

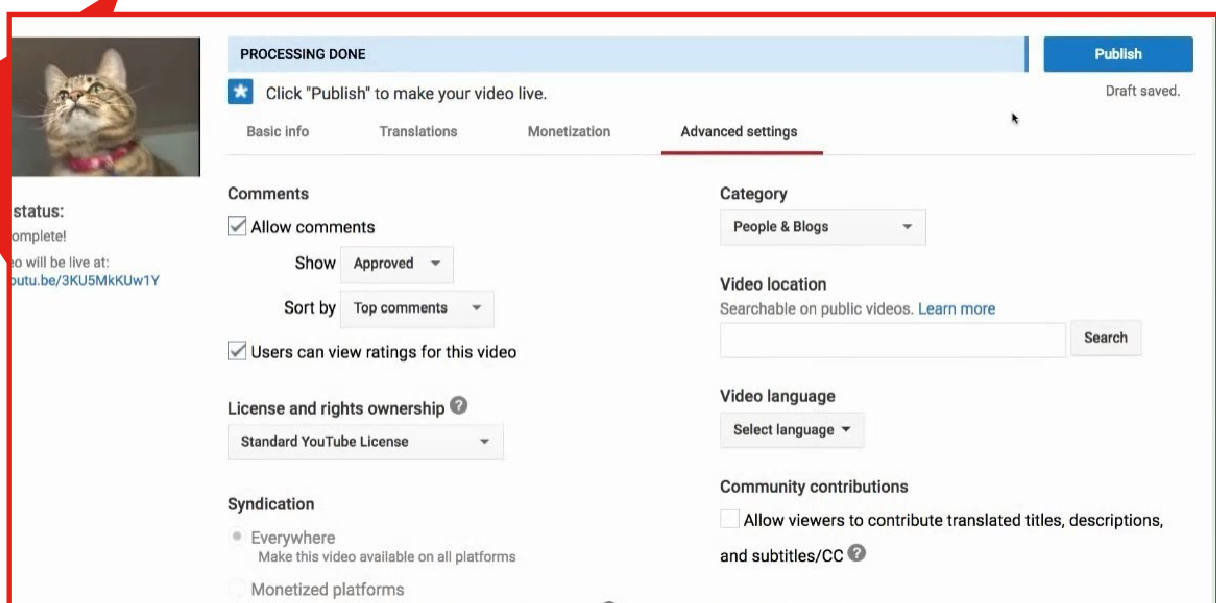
08 FAÇA UPLOAD DE UMA TRANSCRIÇÃO

Ao fazer upload de um vídeo no YouTube, certifique-se de que o transcreveu perfeitamente. A transcrição do Google nem sempre vai bem, por isso recomendamos que você mesmo faça a transcrição. A tradução automática do YouTube não é compatível com o que é dito de verdade nos vídeos; portanto, adicionar a transcrição manualmente é a melhor ideia para não desperdiçar suas palavras-chave.



09 ADICIONE UMA LOCALIZAÇÃO AO SEU VÍDEO (SEO LOCAL)

Se você está objetivando o público de alguma **região específica** ou apenas o **público local**, pode adicionar sua **localização** na descrição do vídeo. Ao adicionar um local ao vídeo, você pode alcançar seu público-alvo diretamente. Para adicionar localização e sua palavra-chave segmentada por lugar, verifique seu gerenciador de vídeo em “**Configurações avançadas**”. Não se esqueça de adicionar sua palavra-chave local em seu título, descrição e nome de arquivo também.



10

CRIE UM BLOG VISANDO A MESMA PALAVRA-CHAVE

Sim, criar um **blog** visando a mesma **palavra-chave** que você usou em seu vídeo é uma ótima ideia. Agora, você deve estar se perguntando: por quê? Bem, quando você segmenta a mesma palavra-chave para vídeo e blog, há uma grande chance de chegar ao topo do posicionamento no Google. A recíproca também é verdadeira porque o tráfego das postagens do seu blog será igual às visualizações do seu vídeo.

Além disso, se você adicionar um vídeo ao seu blog ou blog na descrição do vídeo, o engajamento aumentará automaticamente. Isso não apenas melhorará sua classificação, mas também aumentará curtidas, visualizações, incorporações e métricas usadas nos fatores de ranqueamento do YouTube.

11

RESPONDA A TODOS OS COMENTÁRIOS

Quer seja uma postagem de blog ou de vídeo, é muito importante responder a todos os comentários. Você já se perguntou o que melhora o posicionamento do vídeo e o que gera mais comentários? A resposta é "comentários", o que coloca o vídeo no topo e sua "resposta" a esses comentários gera mais engajamento. Não importa se é um comentário positivo ou negativo, sempre responda de volta.



Станислав Петров 1 week ago (edited)

Hello, great tutorial. But why do you name your parameters in camelCase, isn't the snake_case default for all naming conventions in python? Lately in the video i've saw that you name the methods in camelCase too, which in my opinion is incorrect, all namings in python should be snake_case.

Reply • 👍 🗨️ ❤️

[Hide replies](#) ^



Richard White 1 week ago (edited)

I'm glad you liked the tutorial and you bring up a great point. While Python accepts both CamelCase and "snake_case," the PEP 8 Style Guide recommends snake_case for functions and variables, and this is what I usually do in my own programs (the function `lookup_a_friend()`, for example).

[Read more](#)

Reply • 👍 🗨️ ❤️



Станислав Петров 1 week ago

Thank you :)

Reply • 👍 🗨️ ❤️

Para atingir o **público máximo**, você deve promover seu vídeo compartilhando em plataformas de mídia social, usando **newsletters** e outras táticas de marketing. As visualizações não virão tão facilmente, então você deve incorporá-las ao seu **site** ou **blog** e compartilhá-las o máximo que puder.

CONCLUSÃO

Estas são algumas das táticas de SEO mais úteis do YouTube para este ano, que provavelmente mostrarão resultados positivos para todos os tipos de negócios. Se você é novo no marketing do YouTube ou está começando com uma nova pequena empresa, também pode fazer isso.

COMO PROMOVER SEUS VÍDEOS

Quais são as melhores estratégias de promoção do YouTube? Como promover vídeos do YouTube sem pagar? Depois de ler isto, você conhecerá as melhores práticas de marketing do YouTube que o ajudarão a obter mais aprovação, visualizações e comentários em seus vídeos do YouTube.

Dicas fáceis de seguir sobre como promover vídeos do YouTube este ano.

As dicas foram categorizadas nos principais subtítulos:

- 1 Dicas de promoção do YouTube na própria plataforma;
- 2 Dicas de promoção do YouTube para pesquisa do Google;
- 3 Dicas de promoção do YouTube para mídias sociais;
- Promoção por e-mail marketing;
- Promoção paga no YouTube.

Sem mais delongas, vamos começar:

► 01 DICAS DE PROMOÇÃO DO YOUTUBE NA PRÓPRIA PLATAFORMA

Como promover vídeos do YouTube para aumentar a chance de estar no topo quando alguém busca por palavras-chave relacionadas ao seu negócio? Aqui estão algumas dicas comprovadas sobre Como promover vídeos do YouTube, no próprio YouTube.

- 1** Depois de concluir a filmagem de seus vídeos do YouTube, você deve incluir palavras-chave importantes nos nomes de arquivo de seus vídeos. Certifique-se de que cada arquivo de vídeo tenha uma palavra-chave.
- 2** Ao fazer o upload de seus vídeos do YouTube, você deve incluir palavras-chave / frases-chave também nos títulos de seus vídeos. Assim como a otimização de conteúdo, você deve tentar antecipar seus títulos com palavras-chave.
- 3** As descrições desempenham um papel importante na classificação de seus vídeos no YouTube. Inclua palavras-chave / frases-chave importantes nas descrições de seus vídeos do YouTube e tente manter a frequência das palavras-chave em torno de 0,5%.
- 4** Adicione legendas / closed caption aos seus vídeos. Isso aumentará as visualizações do YouTube.
- 5** Sempre grave vídeos em alta definição, pois os vídeos em HD tendem a ter um melhor ranqueamento.
- 6** Crie thumbnails contextuais envolventes. Eles aumentam a chance de seus vídeos do YouTube serem clicados, o que acabará aumentando o ranqueamento de seus vídeos.
- 7** Os comentários são um forte sinal de ranqueamento do YouTube. Quanto mais comentários seus vídeos tiverem, maiores serão as chances de eles se posicionarem no topo. Incentive comentários em vídeos do YouTube.

- 8 Crie vídeos do YouTube em torno de 3 minutos. Foi descoberto em uma pesquisa do Bufferapp que os vídeos de melhor desempenho do YouTube têm uma duração média de 2 minutos e 54 segundos.
- 9 Use chamada call-to-action na anotação, no final de seus vídeos do YouTube para incentivar os espectadores a se inscreverem em seu canal.
- 10 Para ter sucesso a longo prazo, você deve criar uma mistura de vídeos evergreen (perenes) e tendências (trending).
- 11 Adicione um widget do YouTube ao seu blog ou site para exibir seus vídeos do YouTube. Isso ajudará seus vídeos a ter mais exibição.
- 12 Invista algum tempo no aumento de inscritos de sua lista. O número de inscritos são o maior trunfo de seu canal no YouTube.
- 13 Use ferramentas de sugestão de palavras-chave de cauda longa para encontrar palavras-chave de cauda longa para usar em títulos e descrições de vídeos do Youtube.
- 14 Se você tem seus usuários-alvo em países diferentes, deve adicionar legendas em vários idiomas. Isso aumentará as visualizações de seus vídeos.
- 15 Sempre use fotos close-up nos thumbnails para tornar as miniaturas de seus vídeos irresistíveis de clicar.
- 16 Crie uma lista de seus vídeos populares e escreva postagens sobre eles em seu blog. Você não precisa criar postagens em cada vídeo que postar no YouTube - basta escolher os importantes.

Quer saber como promover vídeos do YouTube para chegar ao topo do ranking da Pesquisa Google?

A seguir estão algumas **dicas** comprovadas:

- 17 Vídeos sobre tutoriais, palavras-chave e análises detalhadas costumam aparecer nas primeiras posições da Pesquisa Google. Se você deseja se classificar na Pesquisa Google, crie vídeos didáticos. Isso aumenta a probabilidade de aparecer nos resultados da Pesquisa Google.
- 18 Escreva postagens de convidados em sites relevantes e tente encontrar maneiras significativas de vincular ou incorporar seus vídeos a essas postagens.
- 19 Incorpore seus vídeos em aplicativos de avaliação, como o Yelp, AngelList. Isso não apenas gerará mais visualizações, mas também aumentará as chances de seus vídeos serem bem posicionados no Google.
- 20 Encontre sites de envio de vídeo relevantes para o seu setor e envie seus vídeos do YouTube lá. Isso vai atrair mais visualizações para seus vídeos.
- 21 Incluir links de seus vídeos em sua assinatura de e-mail. Isso aumentará as visualizações de seus vídeos e a probabilidade de serem bem ranqueados na Pesquisa Google.
- 22 Pesquise vídeos relevantes e populares em outros sites e descubra oportunidades de postar seus vídeos como respostas em vídeo. Se você for bem-sucedido, atrairá muitas visualizações para seus vídeos do YouTube.
- 23 Escreva postagens no Blogger.com, WordPress.com, Tumblr.com e Medium.com sobre seus vídeos e crie um link para eles. Você também pode incorporar seus vídeos a esses sites.

- 24** Aumente a autoridade de seu canal no YouTube. Os canais com maior autoridade têm melhor posicionamento do Google.

03 DICAS DE PROMOÇÃO DO YOUTUBE PARA MÍDIAS SOCIAIS

As **mídias sociais** são uma ótima ferramenta para promover vídeos do YouTube. Porque? Meu amigo, **81%** da população dos EUA tinha um perfil de mídia social, oferecendo a você um público em massa para fazer promoção no YouTube.

Não sabe como promover vídeos do YouTube nas redes sociais?

Aqui estão algumas **dicas** comprovadas sobre marketing do YouTube para mídia social:

- 25** Engaje seu público do Facebook nos primeiros 4-5 segundos por meio de vídeos interessantes / didáticos. As pessoas vão pular seus vídeos se não forem fisgadas nos primeiros 4-5 segundos.
- 26** Curta, comente e compartilhe vídeos de outras pessoas no Facebook. Ser super ativo no Facebook é uma maneira infalível de garantir o sucesso na promoção de vídeos do YouTube no Facebook.
- 27** Você deve preencher todos os campos importantes na biografia da sua fanpage no Facebook, incluindo um link para seu canal no YouTube. As pessoas tendem a compartilhar postagens de uma página do Facebook completamente preenchida.
- 28** Acompanhe as atividades da sua página do Facebook para entender o estado de espírito do seu público, o que eles gostam e o que compartilham. Em seguida, ajuste sua estratégia de marketing do YouTube para o Facebook.

- 29 Siga pessoas no Twitter que compartilham vídeos semelhantes aos seus e comece a twittar e curtir conteúdo de vídeo de tais pessoas. Há grandes chances de que eles tweetem e gostem do seu conteúdo de vídeo também.
- 30 Quando você estiver enviando uma resposta no Twitter, adicione os links dos vídeos relevantes que deseja promover.
- 31 Escreva tweets sobre seus vídeos do YouTube várias vezes com diferentes teasers.
- 32 Promova seu canal do YouTube em sua biografia do Twitter.
- 33 Execute questionários, concursos no Twitter, incluindo seus vídeos do YouTube
- 34 Adicione o seu canal do YouTube ao resumo do seu perfil do LinkedIn.
- 35 Descubra oportunidades de deixar seus vídeos relevantes nos comentários de postagem no LinkedIn.
- 36 Faça uma lista de perguntas cujas respostas podem ser encontradas nos seus vídeos. Em seguida, pesquise essas perguntas no Quora e poste seus vídeos como respostas a elas.
- 37 Aproveite o poder das hashtags no Instagram para alcançar um grande público.
- 38 Adicione um link de seu canal do YouTube à bio do Instagram para promover seu canal do YouTube.
- 39 Adicione o link de seu canal do YouTube à bio do Pinterest para promover seu canal.
- 40 Crie um quadro de avisos para seus vídeos do YouTube, onde seus seguidores podem verificar seus vídeos recentes do YouTube.
- 41 Crie um título irresistível para o seu quadro de avisos do YouTube.

- 42 Inscreva-se ao (s) subreddit (s) relacionado (s) ao tópico do seu canal no YouTube e seja ativo lá. Depois de algum tempo, comece a compartilhar seus vídeos seguindo as diretrizes dos subreddits.
- Comente e vote positivamente em vídeos envolventes de outras pessoas relevantes para o seu nicho. Isso o ajudará a ganhar o Reddit Karma. Alguns subreddits exigem que você tenha um certo número de Karma para postar seus vídeos lá.
- Compartilhe seus vídeos no Tumblr com teasers irresistíveis.

04 PROMOÇÃO POR E-MAIL MARKETING

E-mail marketing, se usado de forma inteligente, funciona como uma ferramenta eficaz para promover o seu canal no YouTube.

E o melhor sobre a promoção de vídeos do YouTube por meio de email marketing é que você não precisa gastar muito para obter visualizações em seus vídeos.

Agora vem a pergunta '**Como promover vídeos do YouTube através de email marketing?**'

Aqui estão algumas **dicas** comprovadas:

- 45 Envie seus vídeos do YouTube para os assinantes do seu blog com uma introdução atraente dos vídeos.
- 46 Nem todos os destinatários abrem seus e-mails. Certifique-se de escrever uma frase atraente no "Assunto" dos seus emails ou eles não serão abertos.
- Inclua teasers irresistíveis de seus vídeos do YouTube no corpo de seus e-mails.

- 48 Crie e-mails atraentes para promover seus vídeos do YouTube. As frases no Assunto dos seus e-mails encorajam seus seguidores a abrirem seus e-mails e o design os tenta a clicar em seus vídeos.
- 49 Inclua palavras sensoriais e emocionais no Assunto de seus e-mails para atrair a atenção dos destinatários.
- 50 Use uma frase call-to-action persuasiva. Seu público deve entender o que obterá depois de clicar em seus vídeos.
- 51 Realize concursos e questionários baseados no YouTube e promova-os por meio de email marketing.

► 05 PROMOÇÃO PAGA NO YOUTUBE

Se você deseja **visualizações rápidas, curtidas e comentários** em seus vídeos do YouTube, **Promoção paga** é a melhor maneira de obter resultados rápidos. Como promover o vídeo do YouTube por meio de promoção paga?

Aqui estão alguns **métodos fáceis** de Promoção paga para seguir no YouTube:

- 52 Faça uma campanha de promoção no YouTube, no Facebook e no Twitter.
- 53 Promova seu vídeo no YouTube por meio de anúncios nativos do próprio YouTube.
- 54 O Google Ads ajudará você a promover seus vídeos do YouTube em toda a web.
- Use plataformas de publicidade nativas como Outbrain e Taboola para alcançar um público mais amplo.

- 56 Use as redes de promoção do YouTube, como Virool, Viboom, Emerse, etc.
- Contrate um profissional das plataformas freelance que seja bem versado em promoção do YouTube.

DICAS BÔNUS

Aqui estão algumas **dicas extras** sobre Como promover vídeos do YouTube para aumentar as visualizações, aprovações e curtidas:

- 58 Invista seu tempo e esforços para aumentar o número de inscritos. Quanto mais inscritos você tiver, mais visualizações, curtidas e comentários você receberá. O número de inscritos é o maior trunfo de seu canal do YouTube.
- Crie um canal em destaque para promover os vídeos de outras pessoas e pergunte se eles podem promover seus vídeos.

CONCLUSÃO

Para garantir o sucesso no YouTube, você deve promover seus vídeos do YouTube agressivamente. Siga essas dicas e elas o ajudarão a gerar mais visualizações, curtidas e comentários em seus vídeos.

ESTUDO DE CASO

Nunca é demais enfatizar o **impacto dos vídeos sobre os consumidores**. No entanto, as **marcas** muitas vezes se limitam a anúncios precedentes e banners no YouTube. O YouTube como plataforma é amplamente subutilizado, muitas vezes devido à falta de conhecimento em termos de como se alavancar na plataforma dentro de um nível ideal.

Aqui estão **8 estudos de caso** do YouTube de diferentes gêneros e setores, que ajudam você a entender como a criação do Google pode ajudá-lo a expandir seu horizonte do marketing de vídeo.

01 TUFT & NEEDLE

TUFT & NEEDLE

Depois de ter uma experiência de compra terrível - preços altos e marcações ocultas, vendedores insistentes e má qualidade, **Tuft & Needle**, o objetivo da startup varejista de colchões era realmente mudar a indústria.

O vídeo foi a maneira mais poderosa de mostrar a grande diferença entre a abordagem autêntica deles e os truques tradicionais da indústria de colchões.

E a segmentação de anúncios em vídeo ajudou a Tuft & Needle a alcançar clientes em potencial - pessoas que visitam seus sites, procuram imóveis ou fazem pesquisas como “melhor colchão.” Começando com um orçamento de apenas US \$ 50 a US \$ 100 por dia, a empresa agora dedica metade de sua publicidade do Google ao YouTube.

▶ 02 FONES DE OUVIDO LSTN



O objetivo dos fones de ouvido **LSTN** era criar uma mudança global, fornecendo produtos de alta qualidade que ajudam a financiar a reparação auditiva e espalhar a conscientização sobre a perda auditiva e deficiência auditiva.

A empresa, portanto, usou anúncios em vídeo como argumento de venda, ajudando-os a alcançar novos clientes de uma forma identificável. A publicidade em vídeo ajudou os fones de ouvido LSTN a oferecer audição para mais de 20.000 pessoas em todo o mundo.

▶ 03 ZAGG



A **ZAGG** fabrica uma vasta gama de produtos para proteção de dispositivos móveis, incluindo capas, cases e nossa película InvisibleShield, de nível militar.

A marca usou o YouTube para demonstrações de produtos e dicas de instalação, vindo a descobrir que era muito mais útil e atraente do que qualquer outra estratégia que eles haviam usado anteriormente. Houve um aumento de 75 % nas conversões com os vídeos direcionados.

A empresa sobe e anuncia uma média de 100 vídeos por ano para manter o interesse nos produtos deles.

04 REVZILLA



RevZilla, um site de comércio eletrônico e loja de varejo na Filadélfia, percebeu que, com o conhecimento coletivo de sua equipe, eles poderiam atender melhor os clientes e alcançar alguns novos, por meio de anúncios em vídeo — demonstrando novos produtos e dicas essenciais de segurança.

Os anúncios em vídeo ajudaram a marca a obter sete milhões de visualizações e um aumento de 50% na receita nos últimos anos.

05 ROKENBOK



Rokenbok cria momentos de recreação infinitos e especiais para crianças e seus pais. Quando a economia mudou, as lojas de brinquedos especializados começaram a fechar suas portas, a Rokenbok precisava encontrar rapidamente uma nova maneira de demonstrar o quão sofisticados são seus brinquedos. A marca, portanto, começou a promover vídeos de seus elaborados sistemas no YouTube.

Em um período de 3 anos, o YouTube se tornou a principal fonte de tráfego para o site Rokenbok.

06 BBQGUYS.COM



ShoppersChoice.com, dono do canal **BBQGuys.com**, é a melhor loja online para aparelhos eletrodomésticos para dentro e fora de casa, oferecendo uma grande seleção de produtos, incluindo churrasqueiras, móveis de exterior e acessórios de cozinha. A intenção do canal do YouTube era permanecer o mais ativo possível, enviando novo conteúdo a cada poucos dias, e promover o melhor conteúdo da marca para que fosse visto por mais clientes em potencial. O canal aumentou de 800 para 5.300 as visualizações diárias.

► 07 MAJESTIC HELI SKI



A **Majestic Heli Ski** oferece esqui de helicóptero em áreas remotas do Alasca - grandes montanhas e acomodações luxuosas - para férias de esqui incomparáveis. Construir uma base de clientes foi o principal desafio da marca. Anúncios em vídeo eram simplesmente a melhor maneira de mostrar essa experiência. E a segmentação de anúncios em vídeo ajudou a marca a se concentrar nas pessoas que precisava

alcançar - desde a faixa etária de seus clientes típicos até áreas do país onde o esqui é popular. A marca também se concentrou em pessoas que procuram online por estações de esqui ou certos tipos de esquis.

Atualmente, a marca obtém quase metade de seus novos esquiadores do YouTube.

► 08 TULANE'S CLOSET



O **Tulane's Closet** surgiu com o conceito exclusivo de 'Cover Me By Tui', uma peça de roupa para animais de estimação respirável,

pós cirúrgica e inteira (uma peça só).

Com a ajuda de anúncios em vídeo, a marca auxiliou seus clientes em potencial a decidir por que essa alternativa é a melhor escolha para seus cães. Eles podem ver como funciona, como vestir os animais e o quão confortável e prático é a roupa. E a segmentação de anúncios em vídeo ajudou a marca a alcançar os clientes certos - pessoas que procuram suprimentos para animais de estimação, veterinários e cães. A marca agora vende para mais de 500 veterinários nos Estados Unidos e no mundo, e quase dobrou as vendas, a cada ano, desde o início no YouTube. Com a ajuda do YouTube, a marca se tornou uma das alternativas mais populares de cones de pescoço para cachorro.

CON CLUSÃO

O YouTube constitui o maior mercado de vídeo do mundo, com cerca de 5 bilhões de vídeos sendo assistidos todos os dias. É também a segunda maior ferramenta de pesquisa do mundo e o terceiro site mais visitado, depois do Google e do Facebook. As estatísticas revelam que 400 horas de vídeos são enviados ao YouTube a cada minuto. Além disso, a plataforma tem 2,5 bilhões de usuários ativos mensais; Mais uma razão para investir no marketing do YouTube este ano.

Não há como negar que o YouTube tem um grande público em potencial, a cada vídeo que vai ao ar nesta plataforma. Então, se você também planeja começar seu canal no YouTube, a hora é agora. E com o novo ano se avizinando, é provavelmente a melhor oportunidade para se tornar viral com seu canal.

Siga essas práticas e use-as a seu favor.

Boa aprendizagem!





**OBRI
GADO.**