

LIVE MONSTRA

#19

DISTRIBUIÇÃO
DE CONTEÚDO
NO YOUTUBE

TIAGO TESSMANN



AVISO

Esse é um material complementar à live #19:
Distribuição de conteúdo no YouTube.



Num certo dia, eu estava em um evento de Marketing Digital, vendas para negócios e networking...

Quem estava nesse evento, era nada mais, nada menos que Flávio Augusto, proprietário do Orlando City nos Estados Unidos e ligado à dezenas de projetos bem sucedidos.

Nesse dia, eu paguei 40.000 reais para participar de uma mentoria com o Flávio, e o meu maior aprendizado nessa mentoria, foi apenas uma frase.

- Pô, Tiago... Você tá de brincadeira que pagou 40.000 reais para ouvir uma frase?

Sim.

Foi a seguinte frase:

"...Nunca terceirize o marketing e vendas da sua empresa..."

Eu levei isso muito a sério e sigo a risca, até os dias de hoje.

O Marketing e as vendas, são o coração do seu negócio. É o que alimenta sua empresa, portanto, foque nisso.

Você precisa ser bom em basicamente duas coisas:

- 1. Vendas;**
- 2. Dominação total da ferramenta nº #1 de vendas da internet, o Google.**

YouTube: A onda do momento.

Pense que o Marketing Digital e as vendas online são como o oceano...

O oceano tem a maré e as ondas, certo? Você precisa acompanhar a maré e as ondas, caso contrário, você será engolido.

E é exatamente da mesma forma que acontece na Internet, se você não aproveitar os bons momentos, você afunda.

Então anota aí:

A Onda do Momento é o YouTube.

Vou citar abaixo, alguns pontos importantes do Youtube:

Sabe por que você deve distribuir conteúdos no YouTube?

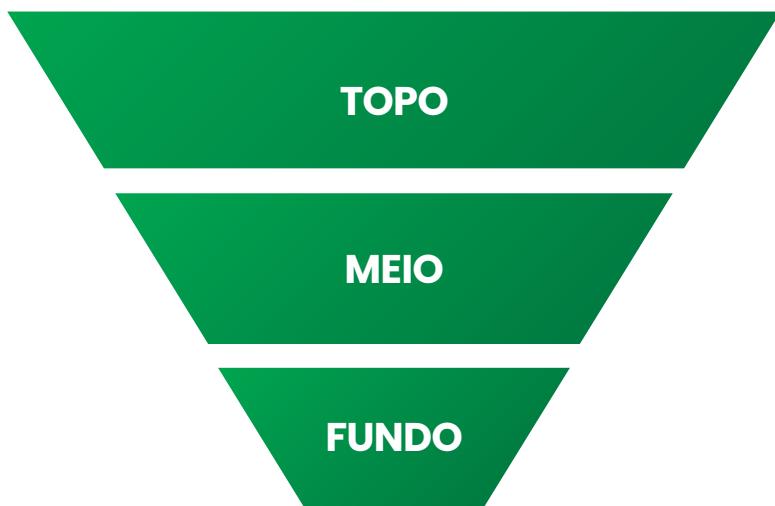
1. Criar demanda;
2. Criar consciência;
3. Branding da sua marca;
4. Criar base (públicos de remarketing);
5. Vendas (alto volume).

Eu poderia até citar mais pontos, mas esses cinco são o suficiente pra você saber a importância de marcar presença no Youtube.

O YouTube é a maior rede de vídeos do mundo, com mais de 2 bilhões de acesso, então eu tenho certeza, que se você ainda não está no YouTube, você está deixando dinheiro na mesa.

Vamos dar sequência...

Imagine um funil:



Uma pergunta:

Você sabe onde está o dinheiro?

Está no topo do funil.

Que são as pessoas que não conhecem você ou não conhecem seu produto ou serviço. Aí está a mina de ouro.

Um erro muito comum entre empresas que anunciam na internet é não focar nessas pessoas, estão focadas apenas no fundo do funil, onde está

basicamente, toda demanda que é mais "imediata", porém existem pessoas "inconscientes" que precisam conhecer seu produto/serviço.

Dica: Sempre trabalhe os três níveis do funil. Topo, meio e fundo.

Além disso, 90% das empresas que anunciam na internet não fazem distribuição de conteúdo.

Isso é um erro.

Por isso diversas empresas nascem e morrem a cada hora. Elas vendem produtos e não focam em criar demanda, construir uma identidade e trabalhar o branding da sua empresa.

Dica: Uma empresa sólida, que trabalha sua marca, sua identidade tem uma probabilidade muito maior de durar anos e anos... e até gerações.

3 passos básicos para você seguir:

1. Criar o conteúdo (vídeo);

Não se preocupe em ter a melhor câmera, o melhor microfone e vários outros equipamentos profissionais. Você precisa apenas fazer. Comece.

Dicas para criar conteúdo:

- Foque em gerar valor infinito para sua audiência. Não tenha medo de entregar demais;
- Entenda as dores e desejos do seu público;
- O conteúdo tem que estar relacionado diretamente com o que você vende.
- Cuidado com o título e descrição. Seja claro e mostre diretamente o que sua empresa faz.

Dicas do que fazer:

- "XX" coisas para alcançar "XX" resultados;
- Como fazer "XX";
- Você sabia que... (curiosidade);
- Evite esses principais erros...;

Dica extra:

1.1 Pesquise canais famosos no seu nicho e vá em vídeos mais acessados, com isso você vai tendo ideias do que fazer. (Não copie).

1.2 Utilize o planejador de palavras-chave do Google ao seu favor e veja o que as pessoas estão pesquisando. Faça conteúdo com base no que as pessoas buscam na internet.

Um segredo que nunca te falaram e que provavelmente você não vai ouvir tão cedo:

- Uma forma de você ver a sua demanda, é você navegar pela plataforma de anúncios do Google;
- Em campanhas de Rede de Pesquisa, vá em > Públicos de observação;
- Ali terá várias ideias de segmentação para você utilizar.

2. Distribuição conteúdo;

Existem diversas estratégias para você distribuir conteúdos através do Youtube. As campanhas com anúncios Discovery e In-stream são ótimas para isso.

Prática:

Para quais públicos eu devo anunciar?

- 70% - Pessoas que não te conhecem;
- 20% - Todas pessoas que já me conhecem;
- 10% - Nas pessoas mais quentes, engajou com você nos últimos 15 dias, por exemplo.

Segmentação para distribuição de conteúdo (sugestão):

A segmentação mais importante:

Pessoas novas, que não te conhecem:

1. Palavras-chave;
2. Informações demográfica;
3. Tópicos.

Exclusões:

4. PÚBLICO base negativo;
5. Canais que você NÃO pode aparecer (exclui aplicativos);
6. Tópicos ruins e que não fazem sentido para o seu negócio.

Segmentação para pessoas que te conhecem:

1. PÚBLICO de remarketing;
2. Informações demográficas;
3. Tópicos.

Exclusões:

4. Canais que você NÃO quer aparecer (exclui aplicativos, se fizer sentido para você);
5. Tópicos ruins.

Pulo do Porco #2:

Trabalhe com muitos vídeos, sugiro pelo menos 10.

Negative quem já assistiu o seu vídeo. Para ele sempre ser impactado com um novo conteúdo.

3. Agora é só vender.

Pegue todas as pessoas que visualizaram seus vídeos por determinados dias seguidos, crie uma audiência e promova ofertas específicas para elas.

A chance de alguém que te conhece comprar de você é muito maior do que alguém que não te conhece.

Crie audiência, crie base, crie autoridade!

Tudo isso irá causar um efeito colateral nos seus negócios, ganho de seguidores audiência e tudo mais.

Fechando o chiqueiro...

Se você curtiu, poste um stories da live monstra no seu instagram com a **#lenhanafogueira**. (Só os fortes entenderão).

Extra:

Otimização: Melhore sempre o que é bom e diminua ou exclua o que está ruim.

Não crie campanha de Zé Galinha.

Seja Porco e crie campanhas bem feitas, que geram resultado logo no ínicio.

NÃO ESPERE O PEIXE CAIR NO SEU BARCO, LANCE A REDE ANTES!

#vaipescar

Duas metas para você ter em mente e mensurar:

1. View 25% (pessoas que consumiram seu conteúdo pelo 25%);
2. Quantidade de pessoas/volume;

Lembre-se: o principal objetivo é a retenção. Quanto mais tempo o usuário passar no seu vídeo, melhor.

Seguindo...

Eu organizo meus públicos da seguinte forma:

(nomenclatura é muito importante na sua organização, isso irá te ajudar, seja organizado, vá por mim.)

P1 – Público Quente – Toda Base;

P2 – Público Frio – Público ultra relevante;

P3 – Público Frio – Público Geral.

Estratégia passo a passo para criação das campanhas de distribuição:

Campanha Discovery (descoberta)

Sugestões:

1. Orçamento sempre (pouco e nunca para);
2. Separe as campanhas (pesquisa e vídeo recomendado);
3. Retire parceiros do Google;
4. Idiomas;
5. Locais;
6. Limite de frequência (não seja chato);

7. Quando separar por grupo de anúncio tenha controle e foque em que consome mais;
8. Segmentação;
9. Cria anúncio.

#Pulo do Porco:

Tenha esses pontos em mente:

1. Públco Certo;
2. Momento Certo;
3. Lugar Certo.

Ter uma pesquisa do seu público-alvo também é 100% necessário. Não venha me dizer... "ah Tiago, eu acho que meu público é xx, é o fulano ou o ciclano".

Meu irmão, você só vai saber o seu público-alvo se você tiver ele por ESCRITO!

- Como?

Pesquise:

- Quem compra de você?
- Quem essas pessoas acompanham ou o que elas fazem?
- Mais homens ou mais mulheres? E a idade?
- Quais produtos compra, além do seu?

Quem sou eu?

Em fevereiro de 2010, eu e meus dois irmãos, Ramon e Cristine, recebemos uma das piores notícias das nossas vidas, dada pelos nossos próprios pais em nossa casa aqui em Criciúma – Santa Catarina.

“Estamos falidos, temos que fechar a porta da nossa empresa o mais rápido possível, pois cada dia que a porta está aberta, maior fica nossa dívida.”

Entrei em estado de choque, meus irmãos ficaram calados por alguns minutos... eu nunca me esquecerei que o silêncio da falência é uma das coisas mais tristes na vida de alguém.

Felizmente eu tive a oportunidade de conhecer o poder do marketing na internet e hoje montei 3 empresas que juntas faturam pelo menos 7x mais do que os melhores anos da empresa do meu pai nos anos 90, simplesmente porque eu aprendi a usar a ferramenta número #1 de vendas da internet, o Google.

Conquistar clientes não é mais um desafio complicado pra mim e meu pai, e vou orientar você, de uma forma simples e prática, a usar essa mesma ferramenta para aumentar suas vendas também, sem precisar aumentar equipe ou contratar agências, assim como eu e mais de 1200 alunos fizemos em todo Brasil. Vamos crescer juntos?

E meu pai?

Ele é o meu herói, meu orgulho e que me ensina muito sobre negócios até hoje. Pra mim ele nunca fracassou, ele apenas aprendeu. Hoje, meu pai é um membro indispensável do nosso time aqui no Conversão Extrema.

O que é o Conversão Extrema?

O Conversão Extrema é um treinamento 100% online que mostra o passo a passo detalhado para você atrair clientes e aumentar suas vendas através da ferramenta número #1 de vendas da internet. Conquistar novos clientes não será mais um desafio complicado pra você.

[Saiba mais sobre o Conversão Extrema](#)

LINKS

 Acesse mais de 50 aulas práticas de anúncios Google, do zero ao avançado: <http://bit.ly/yt-aulas-google>

 Participe do meu Telegram:
<https://tiagotessmann.com.br/grupo-extremo>

 Cadastre-se aqui para ser avisado das aulas ao vivo:
<https://conversaoextrema.com/live>

 Podcast Extremo: O melhor conteúdo de anúncios Google em áudio: <https://bit.ly/Podcast-Extremo>

 Ebook Grátis + Aula "Como Anunciar no Google com Orçamento Baixo": <http://bit.ly/GoogleAds->

Conecte-se comigo:

-  Instagram: <https://www.instagram.com/tiagotessmann>
-  Youtube: <https://www.youtube.com/tiagotessmann>
-  Linkedin: <https://linkedin.com/in/tiagobtessmann>

Tiago Tessmann