



# YouTube Creative Hacks

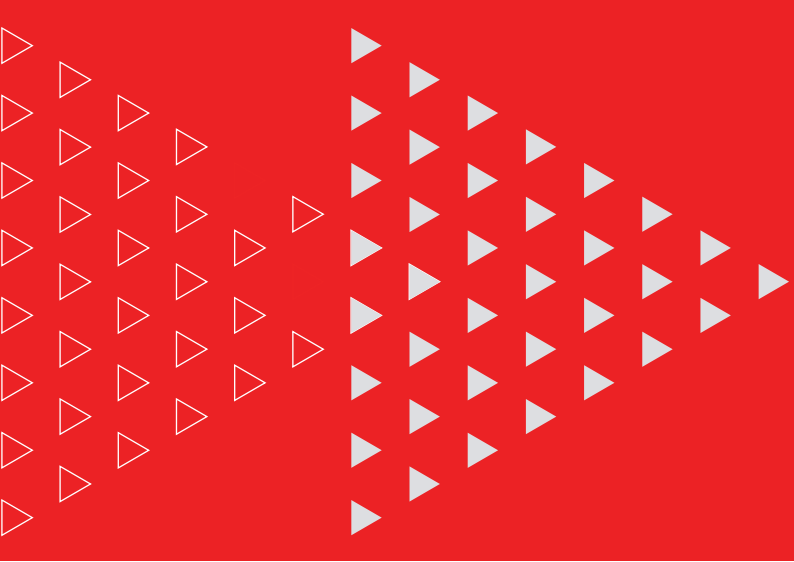


**HACK  
LIST**





**CRIANDO  
CONTEÚDO**

## **CRIAR CONTEÚDO PRÓPRIO OU COM CRIADORES. EIS A QUESTÃO**




O que você acha que pode funcionar melhor na sua estratégia: criar conteúdo próprio ou trabalhar com YouTubers? Fizemos uma lista para ajudar você a encontrar o caminho.

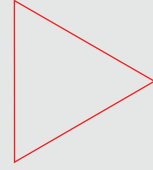
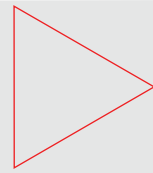


## Criar conteúdo próprio quando:

-  A marca é autoridade no assunto e tem propriedade para falar sobre ele
-  A marca quer construir uma comunidade em torno desse assunto
-  É um projeto que justifica os investimentos de tempo e dinheiro
-  Existe uma equipe disponível para gerenciar e manter a comunidade e o conteúdo sempre atibos

## Crie com criadores quando:

-  Alguém tem mais propriedade para falar desse assunto do que a marca
-  A marca quer falar interagir com alguma comunidade já existente que aborda o tema
-  A estratégia envolve contar com o poder dos influenciadores para ganhar alcance rápido



# FAÇA UMA IMERSÃO NO YOUTUBE

Que tipos de conteúdo existem em cada território?

Isso parece simples de descobrir, mas explorar esses universos temáticos pode ser algo complexo e inspirador ao mesmo tempo. Com esse exercício você começa a olhar o conteúdo com os olhos da audiência e descobre porquê desse ou daquele conteúdo chamar mais atenção:

- Escolha um assunto pelo qual você se interessa
- Faça uma pesquisa sobre o assunto no YouTube. Veja pelo menos 15 vídeos sobre o tema, garantindo que você passe por no mínimo 5 canais diferentes.
- Liste 5 assuntos que surgiram dentro desse tema
- Liste os tipos de linguagens mais comuns entre eles
- Faça um mapa de conteúdos relacionados ao tema e aponte os que podem ser mais interessantes para as marcas.
- Selecione os vídeos ou criadores que são inspirações ou referências



## ALGUMAS DICAS PARA EXPLORAR O YOUTUBE

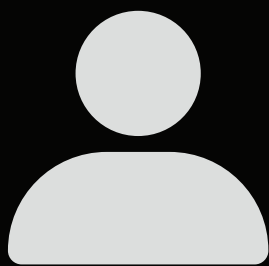
- ▶ Crie a rotina de assistir a vídeos de criadores, assinando canais de seu interesse. Assim, toda vez que você entrar no YouTube, vai encontrar novidades na homepage.

### EXPLORE OS CONTEÚDOS ATRAVÉS DE DIFERENTES TIPOS DE NAVEGAÇÃO:

- ▶ **Vertical:** se aprofundando no tema de interesse (ex. se você procura um vídeo sobre “viagem para Patagônia”, pode assistir a muitos outros sobre esse destino para ver dicas variadas e diferentes pontos de vista sobre como explorar o local).

- ▶ **Horizontal:** zapeando entre temas relacionados (ex. na mesma busca sobre a Patagônia, você pode explorar vídeos de viagens na América Latina ou destinos de aventura e descobrir novas possibilidades de viagens).

- ▶ **Do mesmo criador:** você também pode explorar outros conteúdos criados pelo canal, imaginando que, por afinidade, vai encontrar outros assuntos do seu interesse.



## CONHEÇA OS CRIADORES

Escolher um criador depende de algo muito maior que apenas números de audiência. Além do seu media kit, é obrigatório entender quem ele é, sobre o que fala e como fala.



**Tipos de vídeo:** que formatos o criador mais usa?



**Grade de programação:** qual é sua frequência de uploads, e os dias em que vídeos são postados?



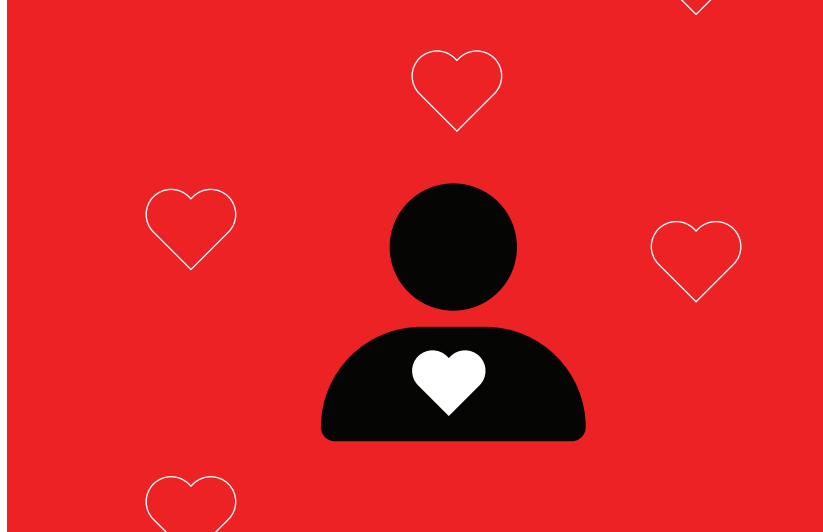
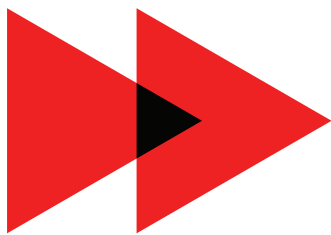
**Interação:** como o criador costuma interagir com a audiência? (vídeos resposta, comentários, usando a aba "Community" no seu canal)



**Playlists:** como ele organiza as playlists e que tipos de conteúdo cada lista traz?



**Projetos com marcas:** que projetos o criador já fez com marcas, e como eles aconteceram?



## ENTRE MARCA E CRIADOR, PRECISA DAR MATCH

As expectativas da marca precisam estar 100% alinhadas com a escolha dos criadores. Por isso, antes dessa seleção, é obrigatório avaliar alguns critérios básicos:



### **Qualidade**

A estrutura do criador bate com o que a marca espera? A qualidade estética está nos padrões da marca, ou dentro do universo de conteúdos feitos no Youtube?



### **Intersecção**

Os canais e vídeos do criador têm afinidade com a marca? É natural que a marca fale sobre um assunto x dentro do canal? Se a marca fosse uma pessoa, ela veria o conteúdo desse criador?



### **Adequação**

O tom do criador combina com o posicionamento da marca? Existe sintonia entre o universo da marca e o do YouTuber? Essa combinação dá match?



### **Audiência**

Os números de views dos vídeos, números de inscritos e perfil da audiência entregam o que a marca prioriza? O perfil da audiência agrega valor à marca? Pensando no conteúdo do canal, que inferências você faz sobre sua audiência?

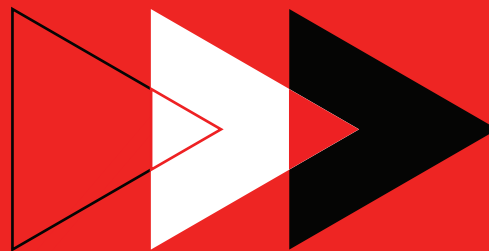


### **Identificação**

O YouTuber tem uma relação genuína com a marca, seus produtos e valores? Deu sim para a maioria dos critérios?

**It's a match!**

# ESCOLHA A ABORDAGEM



Não existe regra ou modelo dos tipos de conteúdo possíveis de fazer com YouTubers. Mas umas abordagens são mais comuns que outras, e elas podem ser um ponto de partida para pensar em diferentes ações para diferentes desafios.

## VEJA AS 5 FORMAS MAIS COMUNS DE TRABALHAR COM UM YOUTUBER:



**Product Placement:** O criador já faria o vídeo de qualquer forma, e a marca aparece. É a menor das intervenções possíveis.

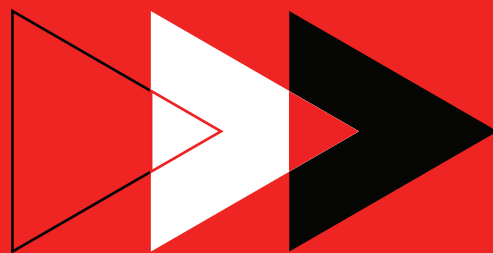


**Advertising:** A marca produz o vídeo e usa o criador como estrela. Isso é mais parecido com o formato tradicional de publicidade.



**Integração:** Criadores fazem o conteúdo dedicado ao objetivo da marca, como um lançamento de produto. Esse é um esforço equilibrado.

# ESCOLHA A ABORDAGEM



Não existe regra ou modelo dos tipos de conteúdo possíveis de fazer com YouTubers. Mas umas abordagens são mais comuns que outras, e elas podem ser um ponto de partida para pensar em diferentes ações para diferentes desafios.

## VEJA AS 5 FORMAS MAIS COMUNS DE TRABALHAR COM UM YOUTUBER:



**Patrocínio:** A marca apoia a criação de um conteúdo como um viabilizadora - na maioria das vezes, com apoio financeiro - e o criador dá o crédito.



**Customizada:** Uma combinação das táticas acima, que pode incluir extensões como aparições, exclusividade de categoria e acordos de licenciamento.

FICOU ALGUMA DÚVIDA? VEJA MAIS EM [WWW.CREATIVEHACKS.WITHYOUTUBE.COM](http://WWW.CREATIVEHACKS.WITHYOUTUBE.COM)

