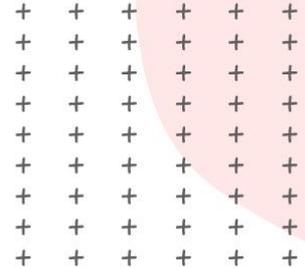
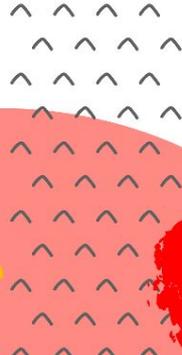
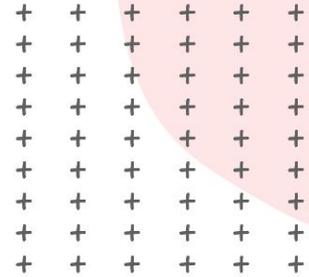


News Creator

WORKSHOPS 2022



WORKSHOP 2: Estratégia de conteúdo



Temas

01

Conheça e identifique seu público

02

Configure seu equipamento

03

Encontre o formato certo para seu conteúdo

04

Apresentação do conteúdo

05

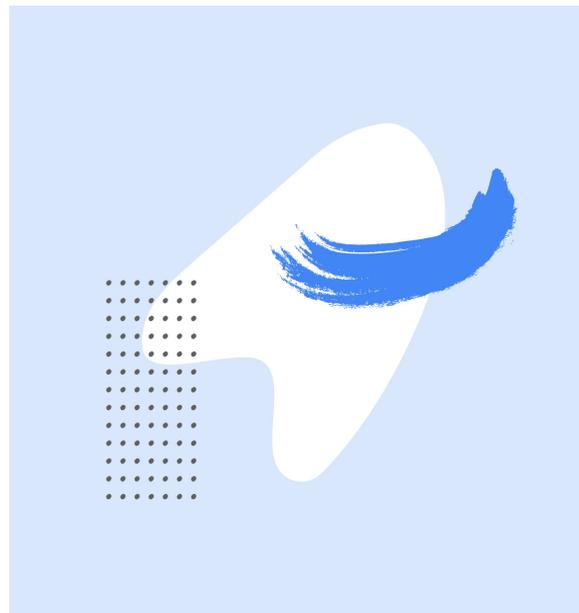
Considerações sobre a publicação

WORKSHOP 2: ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Visão geral do programa

Nesta série de workshops, você vai entender mais sobre:

- **Estratégias de conteúdo:** formatos de vídeo, definição de voz e conhecimento sobre o público
- **Definição de marca:** miniaturas, escolhas de palavras-chave e planejamento voltado às redes sociais
- **Como o YouTube recomenda vídeos**
- **Noções básicas sobre monetização**
- **Ferramentas para criadores de conteúdo:** guia prático sobre o Creator Studio



WORKSHOP 2: ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Program overview

YouTube's mission, News guiding principles and starting out on content strategy

Noções básicas do YouTube

Building blocks of your brand, creating effective thumbnails, title keyword choices, and building your community

Definição de marca

Intro to Creator Studio and how it can help you analyze your channel performance

Ferramentas para criadores de conteúdo

Estratégia de conteúdo

Understanding your audience, explore video formats and define an approach to developing your content

Como o YouTube recomenda vídeos + Noções básicas sobre monetização

Drive engagement with your community. Understand the basics of generating revenue on YouTube

Creator Fireside chat!

Hear from a Rising Star in the News space about their creator journey to date and ask any questions you have!

WORKSHOP 2: ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Estratégia de conteúdo

Workshop 2

Workshop 3



Planejamento



Apresentação

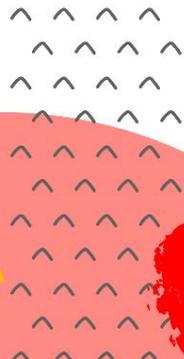
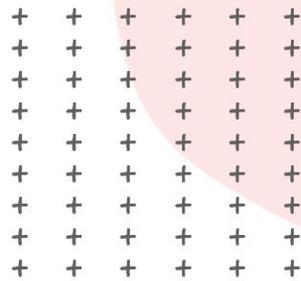


Publicação



Promoção

Conheça e identifique seu público



WORKSHOP 2: ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Considere como o público encontra seu conteúdo (origens de tráfego)

Os dados disponíveis na seção "Origens do tráfego" detalham as plataformas individuais que mostram o conteúdo para os espectadores. Use essas informações para entender como os espectadores encontram seu conteúdo atual e orientar seu planejamento futuro. Confira as principais origens.

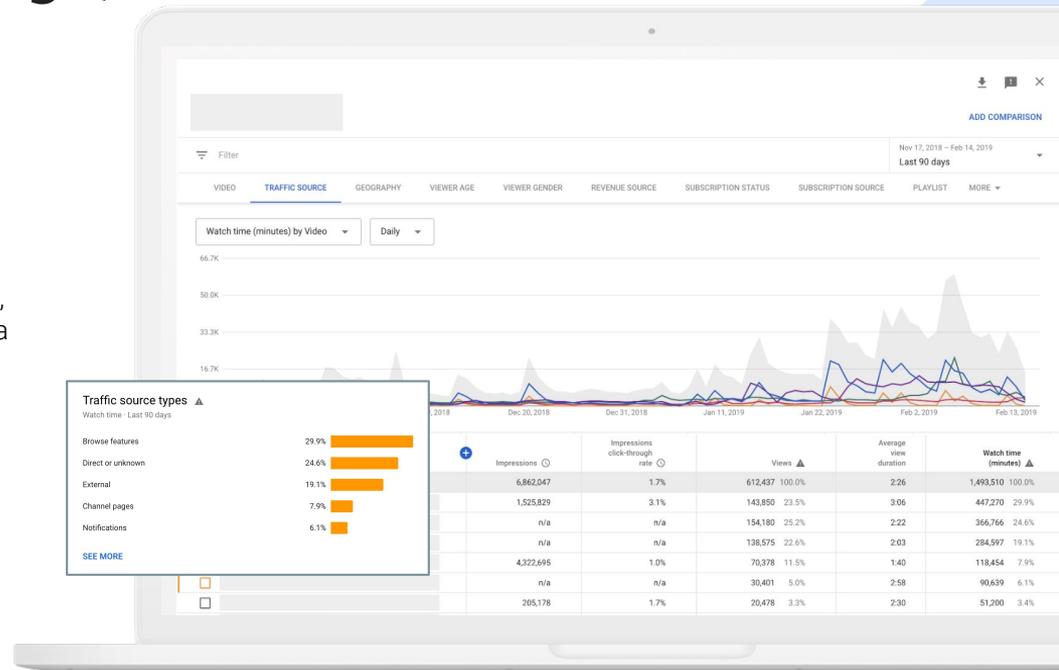
Vídeos sugeridos: aparecem no lado direito da página de exibição, em "Próximo". Nos apps para dispositivos móveis, ficam abaixo do vídeo. Por fim, se a reprodução automática estiver ativada, eles são os próximos a serem exibidos.

Recursos de navegação: se refere ao tráfego gerado nos feeds das guias "Início", "Em alta" e "Inscrições".

Pesquisa do YouTube: mostra as consultas que direcionaram os espectadores para seu conteúdo.

Notificações: são alertas enviados quando um vídeo novo é publicado. Elas podem ser enviadas por alertas push para dispositivo móvel ou por e-mail.

Saiba mais sobre recursos avançados do YouTube Analytics [aqui](#).



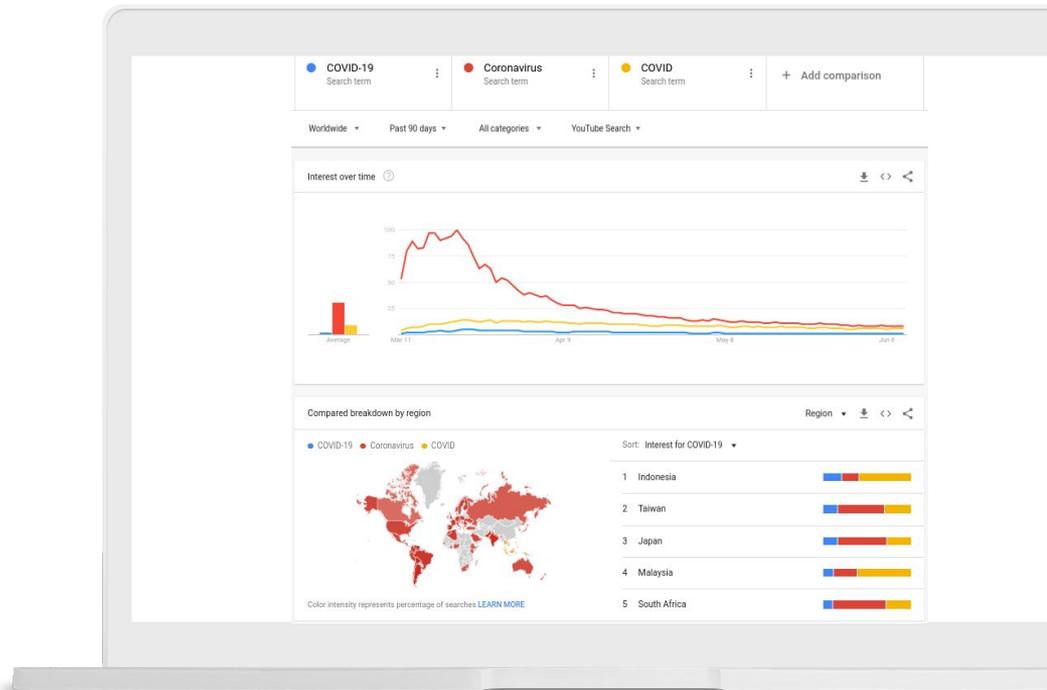
APRESENTAÇÃO

Descubra tendências e palavras-chave específicas

O Google Trends ajuda você a descobrir:

- as palavras-chave mais populares;
- onde essas palavras são mais usadas;
- o nível de interesse por essas palavras ao longo do tempo;
- como as tendências variam entre tipos diferentes de pesquisa, como Web, notícias e YouTube.

Considere os termos usados para o público que você quer alcançar e o momento de fazer os envios.



PUBLICAÇÃO

Use análises para conhecer seu público

*Saiba mais sobre como usar o YouTube Analytics [aqui](#).

As impressões mostram quantas vezes suas miniaturas de vídeos são exibidas no YouTube.

1

A taxa de cliques mostra a porcentagem das suas impressões no YouTube que resultaram em visualizações.

2

Visualizações: queremos garantir que os vídeos sejam vistos por humanos, e não por programas de computador. Nossos sistemas trabalham para verificar a legitimidade dessas visualizações. Sendo assim, pode haver um atraso na contagem de visualizações públicas e internas.

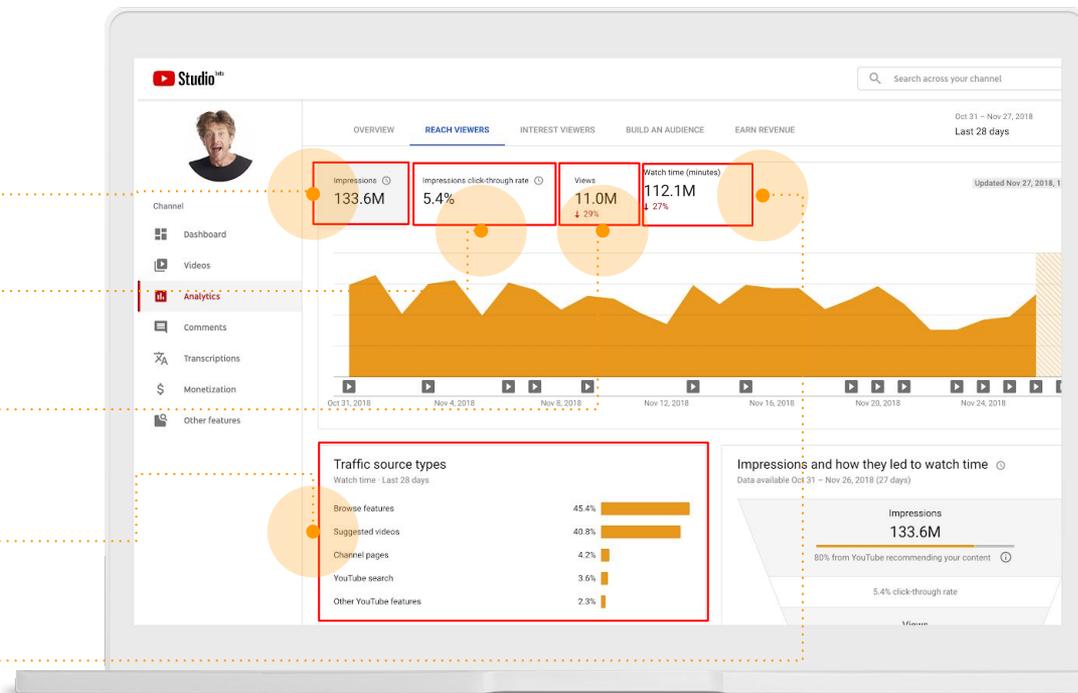
3

As origens de tráfego mostram como os espectadores descobrem seu conteúdo.

4

Tempo de exibição é o tempo total que os espectadores passaram assistindo ao seu conteúdo. Assim, você tem uma ideia do que as pessoas estão realmente assistindo, em vez de apenas clicar e abandonar o vídeo.

5



Foque nos conceitos básicos



FOQUE NOS CONCEITOS BÁSICOS

Conceitos básicos da criação de vídeo

Você só precisa de um smartphone simples para começar a gravar vídeos. Veja algumas dicas para vários tipos de equipamentos.

- 1. Talento:** seus vídeos do YouTube são uma forma de apresentar e representar sua instituição, portanto, tente incluir pessoas de origens diversas e/ou em diferentes estágios da carreira. Para saber mais sobre como criar conteúdo inclusivo, acesse esta [lição da Escola de Criadores de Conteúdo](#).
- 2. Luz:** na hora de escolher um enquadramento, use luz natural e evite sombras. Preste atenção ao fundo da cena, buscando sempre áreas com profundidade visual (por exemplo, evite gravar na frente de uma parede).
- 3. Câmera:** limpe a lente, selecione a configuração de gravação com a maior qualidade possível, posicione seu dispositivo na horizontal sobre uma superfície fixa e ative o modo não perturbe, caso esteja usando um smartphone.
- 4. Ação:** no enquadramento da câmera, os olhos da pessoa que está falando devem ficar na parte de cima do vídeo ([assim](#)). Se estiver se filmando, não se esqueça de olhar para a lente da câmera, e não para sua imagem.



Observação importante: A publicação de clipes protegidos por direitos autorais ou de conteúdo que não seja seu pode resultar em avisos para sua conta. Para mais detalhes, consulte este artigo do Escola de Criadores de Conteúdo do YouTube: "[O que são direitos autorais?](#)"

FOQUE NOS CONCEITOS BÁSICOS

Produção

Características de um bom design de produção:

- **Cores vibrantes** (e boa iluminação)
- **Alto contraste**
- **Profundidade de campo**
- **Recursos visuais interessantes**

Como você provavelmente vai usar o mesmo ambiente várias vezes, crie um cenário interessante e versátil. Além disso, os criadores de conteúdo costumam usar recursos visuais atraentes, como closes nos convidados e planos amplos durante a introdução.



FOQUE NOS CONCEITOS BÁSICOS

Capture áudio de boa qualidade

A experiência dos espectadores fica ainda melhor com um som de boa qualidade. O público costuma perdoar mais erros de câmera e iluminação do que um áudio ruim. Vamos ver como evitar problemas de áudio.

- **Escolha bem o lugar onde você vai gravar.** Confira se o som ambiente ou a acústica de um local (por exemplo, ecos) prejudicam a captura de áudio.
- **Use microfones externos.** Embora os smartphones possam gravar vídeos com ótima qualidade de imagem, é recomendável usar microfones externos (não integrados à câmera) para gravar um áudio com a mesma qualidade.
- Para começar, este vídeo da Escola de Criadores de Conteúdo explica os conceitos básicos de como criar uma experiência de áudio e vídeo de alta qualidade.



Quer ver uma visão geral sobre como criar conteúdo no YouTube? Confira a playlist "[Production Skills: From Ideas to Video](#)", feita para você pela [Escola de Criadores de Conteúdo do YouTube](#).

FOQUE NOS CONCEITOS BÁSICOS

Seja acessível

O público quer ver sua essência verdadeira.

- **As pessoas preferem um conteúdo pessoal.** Distanciamento e mistério não são seus amigos aqui. Não tenha medo de pegar a câmera e falar diretamente com seu público.
- **Não tenha medo das imperfeições.** Pode parecer contraditório, mas não tem problema mostrar algumas imperfeições nos seus vídeos.
- **Converse com seu público** usando transmissões ao vivo e comentários para estreitar a conexão com as pessoas.



FOQUE NOS CONCEITOS BÁSICOS

Criar em massa

Criar vídeos demanda tempo e recursos, portanto, tente maximizar o resultado dos seus dias de produção.

- **Grave vários vídeos de uma vez.**
Vamos supor que você está entrevistando especialistas em sua organização. É possível agendar com duas ou mais pessoas no mesmo dia para fazer vários vídeos?
- **Aproveite as filmagens de outras maneiras.**
Pense fora da caixa: aproveite o conteúdo extra que você gravar e tente criar algo novo para compartilhar com seu público.





Encontre o formato certo para seu conteúdo

WORKSHOP 2: ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Formatos de notícias bem-sucedidos: resumo

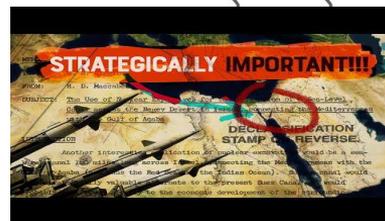
Principalmente no começo da sua jornada do YouTube, considere usar os formatos que os públicos on-line já conhecem. Abaixo estão alguns dos formatos mais conhecidos para ajudar você na sua missão.



ANÁLISE DE NOTÍCIAS



AO VIVO



EXPLICAÇÕES



COLABORAÇÕES



ENTREVISTAS



PODCASTS



NARRATIVA/DOCUMENTÁRIO



RESUMO DE NOTÍCIAS

Mensal

HERO

HERO

HERO

Conteúdo hero

Vídeos com produção de alto nível ou colaborações com outros criadores de conteúdo e figuras públicas.

Semanal

HUB

HUB

HUB

HUB

Conteúdo hub

Séries com episódios regulares e transmissões ao vivo que fazem o espectador querer mais e se inscrever.

Atemporal, menos frequente

AJUDA

Conteúdo de ajuda

Conteúdo atemporal voltado para responder perguntas frequentes, explicar ideias ou desenvolver assuntos que se mantêm relevantes ao longo do tempo.

NOVOS FORMATOS

Conteúdo HERO

Frequência: menos frequente. Geralmente exige uma produção maior do que o conteúdo hub. Pode abordar um assunto em alta, como o período eleitoral, ou ser algo mais pessoal, como uma colaboração.

Conteúdo: foco no apelo em massa para chamar mais a atenção do público geral em um período específico.

Público: o conteúdo hero tenta alcançar o maior número possível de espectadores, além de ser acessível para as pessoas que talvez não conheçam seu canal.

Meta: criar um momento de alta visibilidade para seu conteúdo, convertendo um grande número de espectadores casuais em inscritos fiéis.

Dicas:

- Use as Estreias, Histórias e a guia "Comunidade" do YouTube para criar expectativa e divulgar seu conteúdo.
- As colaborações podem impulsionar as visualizações. Tão importante quanto otimizar o título do vídeo é divulgar o conteúdo em outras redes sociais.



NOVOS FORMATOS

Narrativa/documentário HERO

Seja com jornalismo investigativo ou documentários, narrativas aprofundadas podem ser um grande diferencial em relação aos concorrentes

- **Conteúdo hero com relevância de longo prazo.** Uma série de documentários ou vídeos investigativos podem não só alcançar uma grande parte do seu público, mas também fazer com que os espectadores retornem ao seu canal, caso a história tenha vários episódios. Outro benefício é que esse tipo de conteúdo permanece relevante a longo prazo no seu canal.
- **Estabeleça um propósito para sua programação.** Pense bem no horário de publicação dos vídeos, já que esse tipo de conteúdo leva bastante tempo para ser produzido. Tente gerar expectativa usando ferramentas promocionais, como conteúdo de bastidores nas Histórias e atualizações na Comunidade.
- **Crie conteúdo extra.** Além de usar imagens de bastidores para mostrar o processo da gravação do vídeo até a publicação, você também pode usar cortes que ficaram de fora da edição final para compartilhar com o público que quer ver mais desse tipo de conteúdo.



NOVOS FORMATOS

Colaboração HERO

Colabore com outros canais para ampliar seu alcance e seu público, além de criar conteúdo de qualidade para seus fãs.

- **Pense bem antes de escolher.** O criador de conteúdo mais famoso da plataforma pode não ser a melhor opção. Em vez disso, priorize pessoas que já têm o público que você quer alcançar. Por exemplo, criadores do mesmo segmento que você ou marcas famosas que abordem assuntos parecidos.
- **Considere aquilo que só você pode oferecer a outros canais.** Seja acesso ao seu conhecimento especializado sobre um assunto ou ao seu público, pense em como você, e nenhuma outra pessoa, pode criar oportunidades para esses canais. É claro, considere também como esses canais podem beneficiar você.
- **Também crie conteúdo para seu canal.** Para aproveitar ao máximo essa oportunidade de promover seu canal, crie conteúdo para ser publicado tanto no canal do colaborador como no seu. Criar vídeos incríveis que os dois canais vão publicar aumenta o impacto da colaboração.



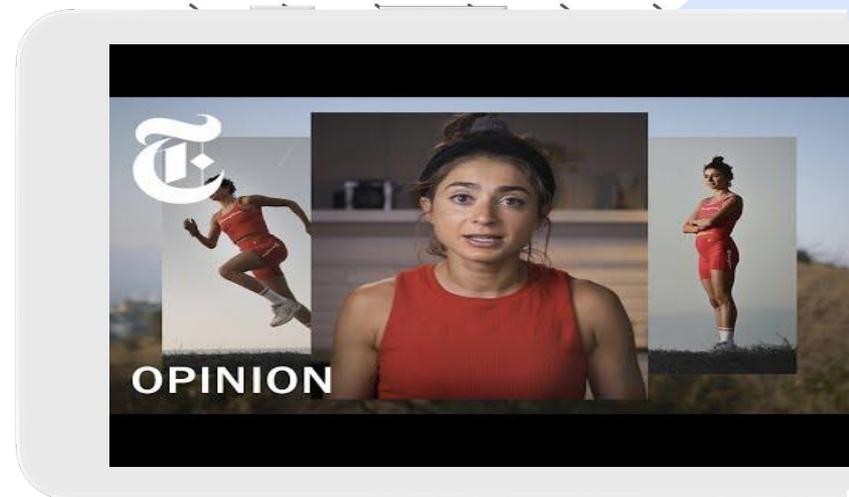
The
New York
Times

NOVOS FORMATOS

Cultura pop e notícias HERO

Na maioria dos casos, é um tipo de formato **explicativo** que tem um grande apelo por tratar de cultura pop. Por isso, esse tipo de vídeo é considerado um momento "hero" para seu canal.

- **Pense bem antes de escolher.** Considere se o assunto da cultura pop em questão faz sentido com o conteúdo do seu canal. Se você se distanciar muito dos assuntos que costuma abordar, talvez gere reações negativas e acabe desperdiçando seu tempo com um vídeo que não vai ter uma boa repercussão com seu público.
- **Nesse contexto, pense em cultura pop como qualquer coisa relacionada a notícias relevantes para o momento, sem envolver fofocas.** O objetivo é criar conteúdo autêntico sobre assuntos/momentos importantes em que você pode contribuir com a discussão no YouTube sem prejudicar sua integridade.



NOVOS FORMATOS

Conteúdo HUB

Frequência: a frequência de publicação normal. Pense em conteúdo hub como o "feijão com arroz" do seu canal.

Conteúdo: conteúdo sustentável e segmentado que esteja alinhado com as preferências e expectativas dos seus inscritos (invista nos seus formatos).

Público: sua base de inscritos, além de espectadores que assistem seu conteúdo, mas ainda não se inscreveram no canal.

Meta: criar um conteúdo consistente e alinhado às expectativas e preferências dos espectadores para que eles retornem ao seu canal. Além disso, criar um banco de conteúdo para que novos inscritos possam assistir.

Dicas:

- Agende envios de episódios semanais, sempre no mesmo dia da semana e horário, para manter uma visualização consistente.
- Compartilhe esse cronograma no seu conteúdo hub para que o público saiba quando retornar ao canal.

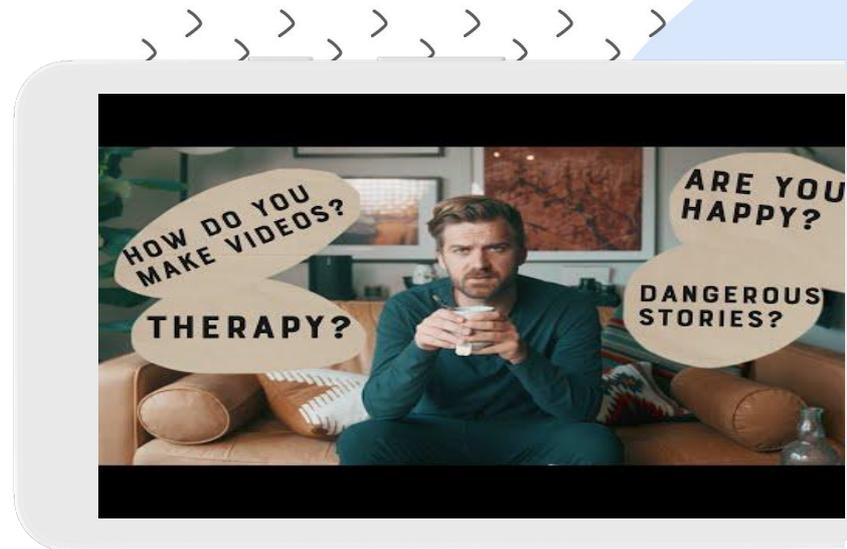


NOVOS FORMATOS

Perguntas e respostas HUB

Lembre-se de que o YouTube não é TV. O público quer ver quem você é de verdade, sem nenhum filtro. O público também valoriza a experiência de poder conversar com os criadores. Fazer uma rodada de perguntas e resposta é uma boa maneira de estabelecer essa comunicação.

- **Responda de um jeito que você se sinta confortável.** Na hora de uma rodada de perguntas e respostas, escolha se você quer fazer ao vivo ou gravado. Se você prefere analisar as perguntas antes de responder, é melhor optar pelo formato gravado. Já outros criadores curtem mais o formato ao vivo, porque permite uma troca mais direta com o público e combina mais com o estilo da comunidade deles.
- **A frequência depende muito dos formatos "hub".** Você pode fazer a dinâmica de perguntas e respostas com uma certa frequência, mas não tanto quanto outros formatos "hub" (pode ser um conteúdo mensal em vez de semanal). E tudo bem: escolha uma frequência que seja sustentável para você.



NOVOS FORMATOS

Podcasts HUB

Podcasts são conversas longas e sem roteiro sobre ideias, assuntos ou histórias. É um formato eficiente que exige menos produção e pode ser mais fácil de desenvolver com frequência.

- **Encontre um estilo consistente.** Os podcasts não costumam ter roteiro, mas é sempre bom ter um estilo e foco consistentes nos seus podcasts. Você pretende se aprofundar em uma história específica ou planeja entrevistar diferentes especialistas ou figuras públicas?
- **Publique clipes dos melhores momentos para atrair os espectadores.** Ao tentar conquistar novos públicos para esses vídeos mais longos, uma boa dica é selecionar os melhores clipes e fazer uma publicação apenas deles. Isso tem dois motivos: primeiro, é mais fácil de descobrir o vídeo, já que o assunto do clipe fica mais focado. Segundo, esses clipes mais curtos com um trecho do conteúdo mostram ao público uma prévia do que acontece nos seus podcasts.
- **Use CTAs no vídeo** e elementos de tela final para direcionar os espectadores para o podcast completo.
- Ao criar títulos para esses vídeos, escolha um que indique o assunto do programa primeiro, seguido pelo nome do seu podcast.

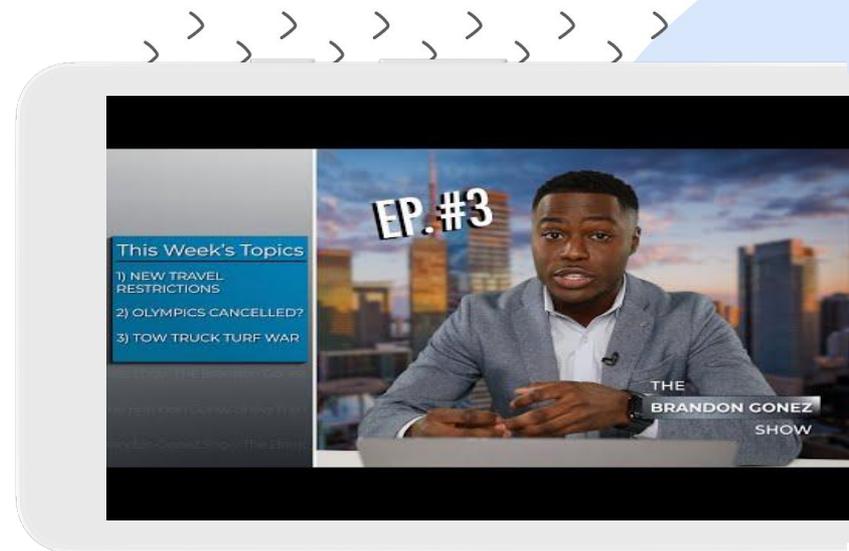


NOVOS FORMATOS

Atualizações e resumos de notícias HUB

Voltado para um público mais amplo, esse formato apresenta atualizações e resumos de notícias e histórias em geral. Ele é muito interessante para falar de notícias que atingem um grande público, mas que precisam ser atualizadas.

- **A pesquisa é fundamental.** Pense bastante nas palavras e frases que você pretende usar para apresentar seu conteúdo, já que elas ajudam a encontrar seu canal na pesquisa e aparecem em vídeos com assuntos relacionados (que talvez tenham erros que precisam ser revelados).
- **Aborde assuntos conhecidos pelo público e também aqueles não tão conhecidos assim.** Além de ser uma ótima maneira de contar histórias médicas para o público geral, essa série pode abordar notícias da área de saúde que sejam de interesse em seu campo específico, mas que o público talvez não encontre na mídia comum.
- **Formato de série.** Se quiser desenvolver um formato recorrente que siga o modelo de série, crie uma identidade visual para a miniatura e para a parte final do título. Assim, você evita confusão com outros vídeos temáticos.



NOVOS FORMATOS

Artigos em lista HUB

Outro formato conhecido do YouTube que você pode usar para apresentar atualizações de notícias são os vídeos com listas.

- **O formato mostra o contexto.** As listas são muito eficientes porque o público consegue entender com facilidade o contexto, já que o título e a ambientação mostram claramente o foco da lista e o porquê de cada item ter sido escolhido.
- **Mostre aos espectadores o que vão ver.** Revelar logo no início o número de itens na lista aumenta as chances de reter o público, já que as pessoas vão saber exatamente o que esperar.
- **Combine informações rápidas com uma estrutura longa.** Por fim, as listas são muito usadas no YouTube porque combinam informações rápidas em cada item com uma estrutura que tem um tempo de visualização bom. Isso tudo resulta em um vídeo com retenção forte e longa.



NOVOS FORMATOS

Conteúdo de AJUDA

Frequência: mais frequente que conteúdo hero, mas menos que o conteúdo hub

Conteúdo: assuntos atemporais voltados para questões ou áreas específicas (por exemplo, o que é o NHS, como funciona o "Green New Deal" etc.)

Público: com apelo amplo e segmentado, esse tipo de conteúdo costuma atrair espectadores mais casuais que não têm o hábito de engajar com seu canal

Meta: publicar vídeos atemporais que vão continuar recebendo visualizações e convertendo inscritos ao longo do tempo

Dica: use o Google Trends para ver o que está em alta no Google e no YouTube. Assim você pode ter ideias para criar conteúdo de ajuda.

- "Ajuda" não necessariamente precisa ser algo explicativo. Pense nesse tipo de conteúdo como algo que vai ser relevante no longo prazo, ou seja, um vídeo que os espectadores vão assistir daqui a seis meses ou um ano e ainda vão achar interessante.

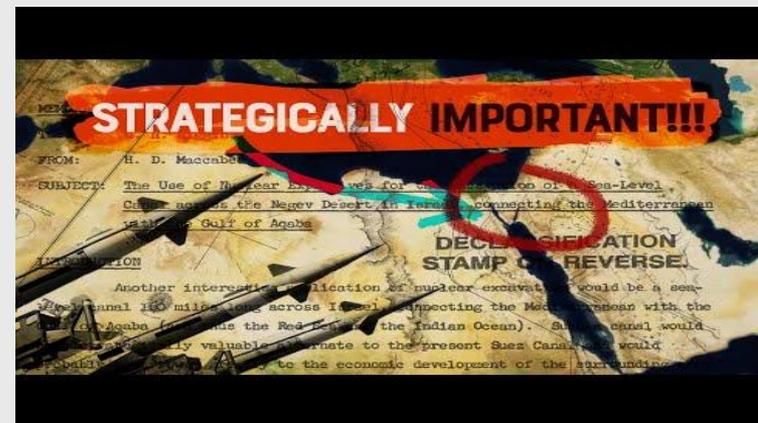


NOVOS FORMATOS

Vídeos explicativos de AJUDA

Você provavelmente já consumiu esse formato no YouTube, já que ele é o mais comum na plataforma. Vídeos explicativos se aprofundam em uma história ou assunto específicos para apresentar um contexto e informações embasadas para o público que quer saber mais.

- Vídeos explicativos **se aprofundam em um tópico ou até mesmo em uma lista. Geralmente, um apresentador explica o conteúdo com o apoio de animações e recursos visuais.**
- Alguns dos formatos mais bem-sucedidos são perfeitos para **abordar eventos e assuntos atuais, porque podem aproveitar as pesquisas mais populares** e ainda permanecer relevantes ao longo do tempo, já que sempre aparecem nos noticiários.
- **Crie vídeos explicativos focados em tópicos atemporais.** Um bom lugar para começar é lendo os comentários do público ou pesquisando assuntos no Google Trends e no YouTube Analytics.



NOVOS FORMATOS

Shorts

O YouTube Shorts é uma nova experiência de vídeos mais curtos para canais que querem criar pequenos vídeos chamativos usando apenas um smartphone.

- **O que é considerado um Short?** Um vídeo vertical de até 60 segundos.
- **Recomendações de descoberta?** Inclua #Shorts no título ou na descrição do seu vídeo para ajudar nosso sistema a recomendar seus Shorts no YouTube.
- **Você planeja criar um canal de Shorts ou usar o seu?** Se o Short está alinhado ao seu conteúdo em formato longo, faz sentido deixá-lo no seu canal principal. Mas se quiser fazer algo diferente, talvez seja melhor criar um outro canal para os Shorts.



NOVOS FORMATOS

Shorts

- **Como os Shorts afetam as notificações?** Os espectadores que clicaram no sino de notificação não vão receber avisos a cada postagem de Shorts.
Para não sobrecarregar seu público, vamos direcionar as notificações de Shorts aos espectadores que assistem esse tipo de conteúdo com mais frequência.
- **Que tipo de conteúdo devo criar?** Nos Shorts, o ideal é usar vídeos aleatórios, reais e sem filtro. Se você estiver com dificuldade para começar, pense no conteúdo que gosta de consumir e dê seu toque pessoal!
- **Exemplos de notícias?** Alguns formatos de Shorts desse segmento são clipes com notícias e vídeos explicando um assunto. Faça um teste e veja como seus espectadores respondem. Talvez leve um tempo para que seus Shorts encontrem o público certo, então tenha um pouco de paciência.



Apresentação do conteúdo



APRESENTAÇÃO

Apresentação de conteúdo no YouTube

- **Três elementos da apresentação no YouTube:**
 - **Título:** claro, descritivo, relevante e breve
 - **Miniatura:** imagem ilustrativa em alta resolução (já deixa claro o conteúdo)
 - **Descrição:** crie uma descrição completa. As duas primeiras linhas são as mais importantes
- **Planeje e crie o título e a miniatura juntos**
- Use as impressões e os dados de CTR do YouTube Analytics **para descobrir o que funciona melhor com seu público.**



APRESENTAÇÃO

Crie títulos e miniaturas eficientes

Títulos e miniaturas podem fazer a diferença na hora do espectador decidir assistir seu vídeo, principalmente quando bem usados. Vamos dar uma olhada em algumas práticas recomendadas.

- **Descreva o conteúdo fielmente.** Crie uma combinação de título e miniatura que represente a verdadeira essência do seu vídeo.
- **Use um texto conciso.** Tente criar títulos com menos de 70 caracteres e comece usando as palavras/ideias mais importantes.
- **Escolha algo fácil de encontrar.** Sempre que possível, inclua palavras-chave fáceis de pesquisar no título.
- **Gere engajamento.** Use a combinação de títulos e miniaturas para chamar a atenção para seu conteúdo.

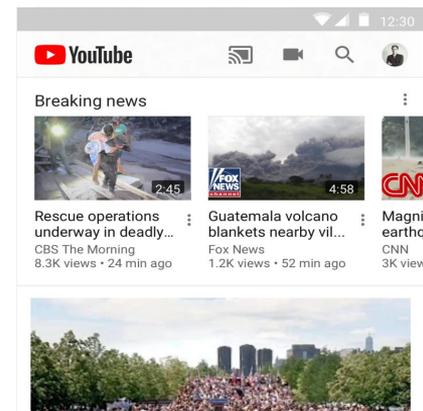
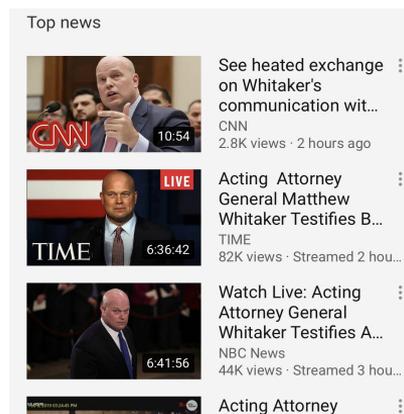
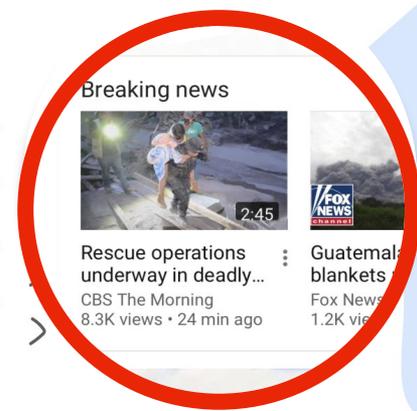


APRESENTAÇÃO

Crie uma identidade visual única para seu conteúdo com miniaturas e logotipos

Títulos e miniaturas podem fazer a diferença na hora do espectador decidir assistir seu vídeo, principalmente quando bem usados. Vamos dar uma olhada em algumas práticas recomendadas.

- **Há muitos vídeos com notícias importantes. Um logotipo ajuda o público que confia em você a encontrar os seus.**
- **Crie títulos que estejam alinhados às séries ou aos assuntos** para ajudar o público a continuar assistindo
- **Crie modelos/estilos de miniatura para assuntos ou gêneros** com base nos diferentes vídeos do seu cronograma
- **Neste exemplo**, perceba como as imagens das miniaturas são parecidas para as histórias de notícias importantes



APRESENTAÇÃO

Considerações sobre a criação de miniaturas

Proporção de 16:9 // 1280 x 720px // tamanho de arquivo menor que 2 MB

O botão de reprodução vai ficar sobreposto

O ideal é que a marca **esteja posicionada nos cantos**

É melhor evitar colocar imagens importantes ou a marca nesta área:
o texto pode ficar sobreposto nos itens incorporados e nas seções de principais/últimas notícias

SOBREPOSIÇÃO DE TIMECODE

Dicas para imagem principal:

1. Representa o conteúdo com precisão
2. Cores brilhantes
3. Alto contraste
4. Nítida em todos os tamanhos

APRESENTAÇÃO

Modelos de miniaturas: **são simples, mas eficientes**



Modelos de miniaturas são ótimos para conteúdo rápido que você quer que tenha uma identidade visual diferente. Também são eficientes porque, depois que o modelo é criado, o editor pode adicionar uma nova foto e atualizar o texto na sobreposição antes de publicar o vídeo no YouTube.



Considerações sobre a publicação



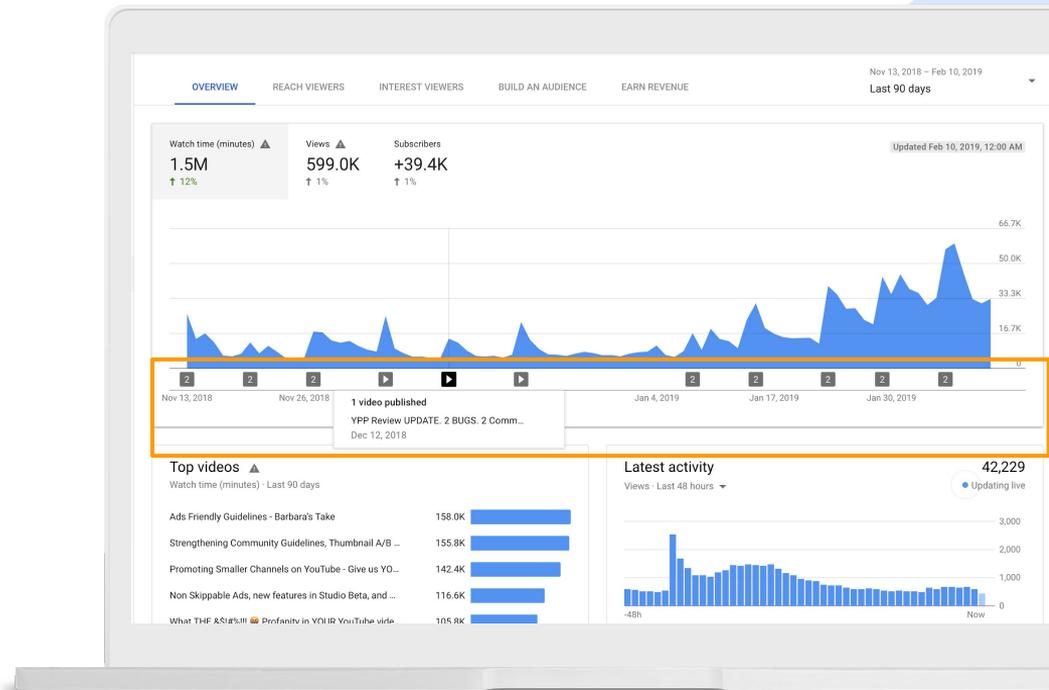
PUBLICAÇÃO

Seja consistente

Para alinhar as expectativas do seu público, é fundamental que elas sejam bem definidas no banner do seu canal ou com uma frequência de publicação consistente.

Crie um cronograma de publicação consistente e informe com antecedência se não puder lançar um vídeo na data combinada.

- **Consistência não quer dizer quantidade.** É muito mais importante lançar vídeos dentro de um cronograma definido do que publicar com muita frequência.
- **Seu conteúdo deve ser fácil de administrar.** Vídeo com produção de alto nível são ótimos, mas nem sempre é viável lançar esse conteúdo com frequência. Encontre um equilíbrio entre quantidade e qualidade que possa ser mantido a longo prazo.



PUBLICAÇÃO

Ao vivo x Estreias

Ao vivo: quando usar:

- Nos vídeos em que você quer ter uma interação ativa com o público para decidir o que você vai fazer na transmissão.
- Para atualizar o público em tempo real sobre um assunto.

Estreias: grave um vídeo que, quando for publicado, seja transmitido como se fosse ao vivo. Quando usar:

- Em vídeos pré-gravados com um grande alcance. Uma Estreia permite simular um "momento ao vivo", em que os espectadores assistem o vídeo ao mesmo tempo e interagem em um chat (se essa opção estiver ativada).
- Escolha as Estreias com cuidado. Use esse recurso quando quiser criar um momento especial para a comunidade.

Moderação de chat ao vivo: o YouTube oferece várias ferramentas que você pode usar na moderação do chat ao vivo.



PUBLICAÇÃO

Use análises para conhecer seu público

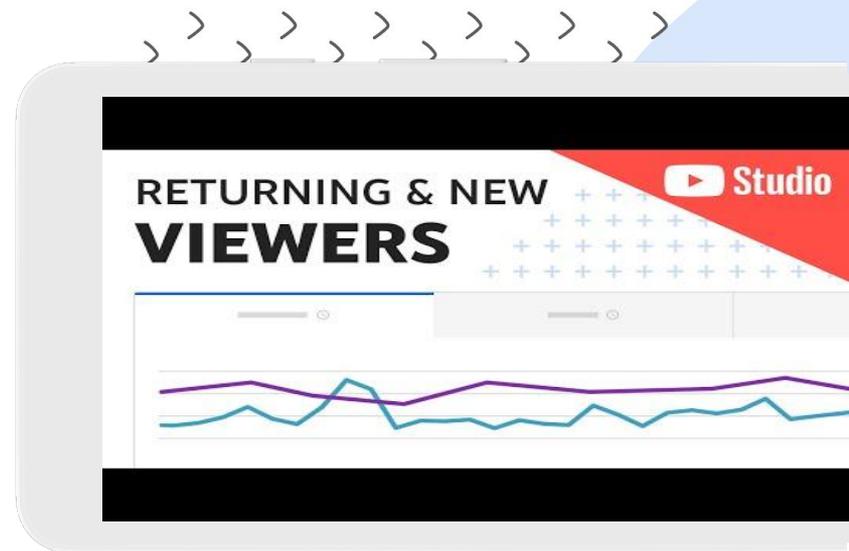
Você pode encontrar informações úteis na guia "Público" do YouTube Studio. Veja alguns exemplos:

Espectadores novos e recorrentes: use a métrica de espectadores novos e recorrentes para planejar estratégias de conteúdo para seu canal. Por exemplo, é possível aumentar o índice de lealdade criando conteúdo consistente ou experimentar novos temas para atrair espectadores novos.

Quando seus espectadores usam o YouTube: esse relatório mostra quando os espectadores estiveram on-line em todas as áreas do YouTube nos últimos 28 dias. Use esse recurso para criar sua comunidade, saber quando agendar uma Estreia ou planejar a próxima transmissão ao vivo.

Outros vídeos que seu público assistiu: esse relatório mostra outros vídeos que seu público assistiu fora do seu canal nos últimos sete dias. Use essa informação para ter ideias sobre novos temas, títulos, miniaturas e oportunidades de colaboração.

Essas são apenas algumas opções disponíveis na guia "Público" do YouTube Studio.



Agradecemos sua atenção

