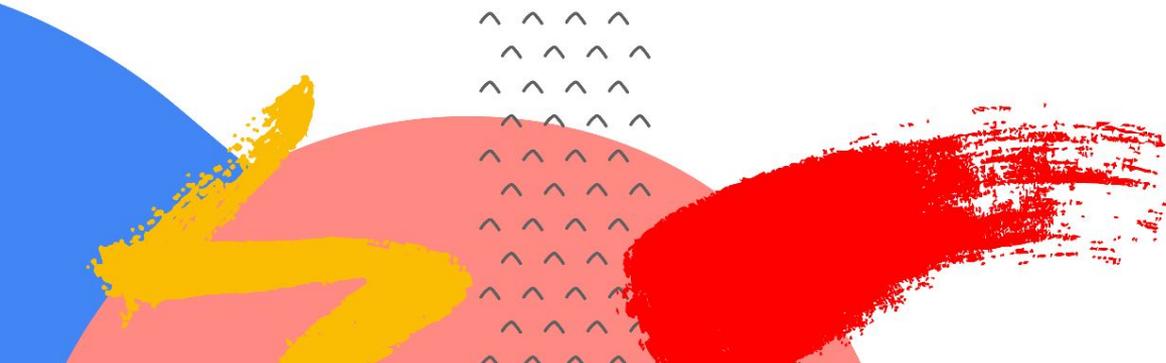
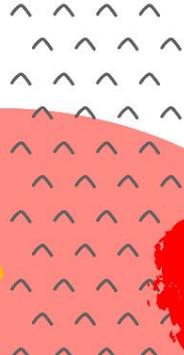
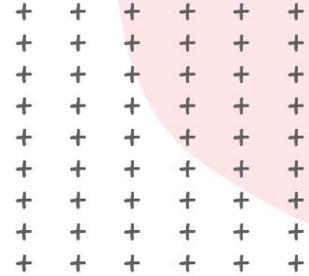


# Defina sua marca - Branding e habilidades de negócios



## WORKSHOP 3: DEFINA SUA MARCA - BRANDING E HABILIDADES DE NEGÓCIOS

# Resumo

---

No último workshop, aprendemos a:

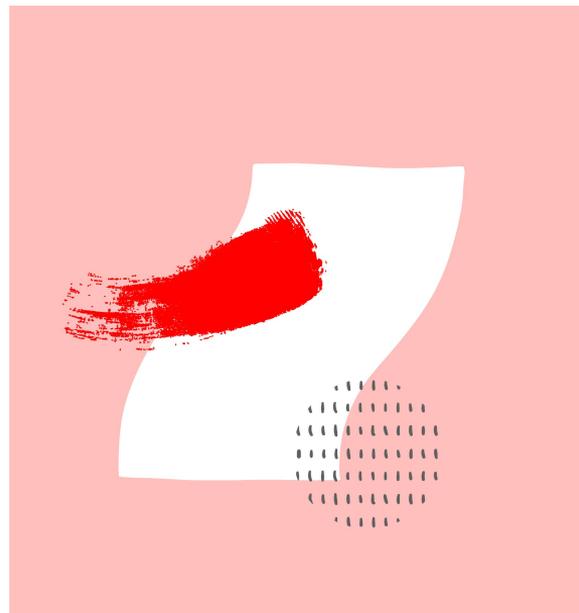
Conhecer e identificar o público

Configurar equipamentos

Usar formatos de vídeo e criar conteúdo

Fazer apresentações

Publicar conteúdo



# Temas

01

Promoção de conteúdo

02

Branding do canal



## WORKSHOP 3: DEFINA SUA MARCA - BRANDING E HABILIDADES DE NEGÓCIOS

# Não se esqueça:

- Todas as informações desta sessão estão incluídas no seu **contrato de confidencialidade** e são reservadas a este grupo.
- As informações **não podem ser compartilhadas fora deste grupo.**

# Valeu!



# Temas

O QUE É BRANDING?



- CONCEITOS DE BRANDING

- ESTRATÉGIAS DE BRANDING

COMO SE TRANSFORMAR NA  
MARCA DESEJADA



- GUIA DE CRIAÇÃO DE BRANDING

- COMO DESENVOLVER UMA COMUNIDADE

QUANDO FAZER O REBRANDING



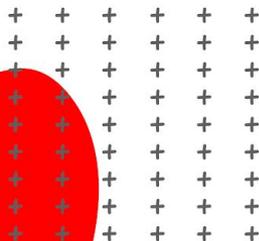
RESUMO E TAREFAS

## WORKSHOP 3: DEFINA SUA MARCA - BRANDING E HABILIDADES DE NEGÓCIOS

# Objetivos

---

- Entender a **definição e os elementos básicos de branding**
- Conhecer as **6 principais etapas para criar uma marca** no YouTube
- Entender os **princípios básicos de design** para criar seu canal
- Aprender a **desenvolver sua comunidade e interagir com ela** como uma marca
- Saber **quando é a hora certa de realizar o rebranding do canal**, e como fazer isso

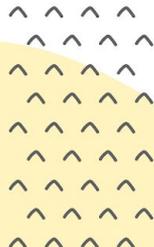


## WORKSHOP 3: DEFINA SUA MARCA - BRANDING E HABILIDADES DE NEGÓCIOS

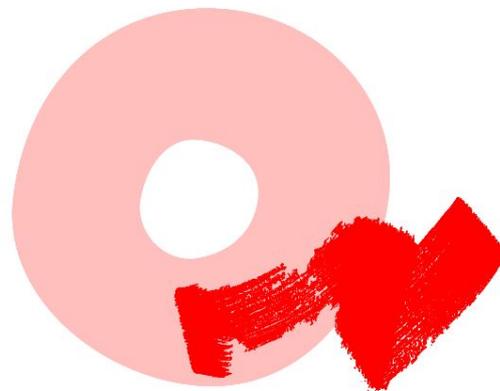
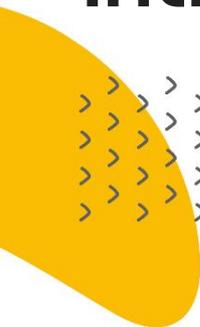
# Isso é importante porque: seu canal é seu negócio

---

- O branding é essencial para **passar uma mensagem consistente** aos espectadores
- O branding definido de maneira clara pode **fazer você crescer** como criador de conteúdo, ajudando seus vídeos a **alcançar mais espectadores**
- Entender o que funciona ou não em relação ao **design básico** é importante em qualquer processo criativo
- Interagir com sua comunidade como uma marca coesa pode ajudar a **conquistar a lealdade dos espectadores**
- Saber **a hora de transformar sua marca** pode ajudar você a ter sucesso a longo prazo



# Introdução



### WORKSHOP 3: DEFINA SUA MARCA - BRANDING E HABILIDADES DE NEGÓCIOS

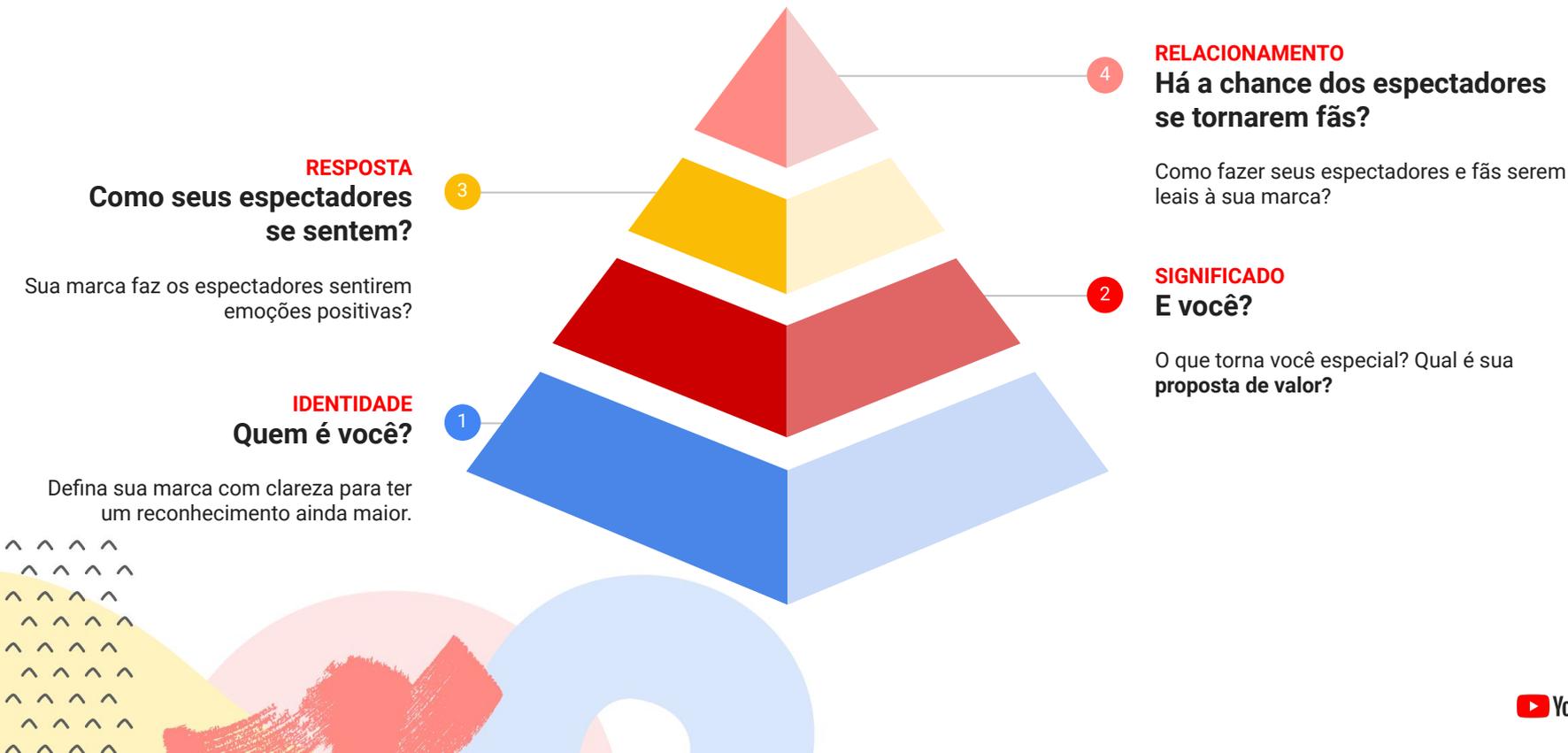
**"Tudo o que você diz e faz, ou não diz e não faz, passa alguma mensagem. Tudo. Criar e conectar esses pontos... isso é a história da sua marca."**

Peter Economides, especialista em Branding



## INTRODUÇÃO

# Fundamentos da marca: fases de desenvolvimento



## INTRODUÇÃO

# Como se tornar sua marca: princípios de branding

1

### ESTEJA PRESENTE

Evite ficar em silêncio

2

### SEJA CONSISTENTE

Mas aceite novas oportunidades

3

### SEJA DIFERENTE

Se destaque e atraia a atenção do público

4

### FAÇA AQUILO QUE AMA

Se funcionar, faça de novo

5

### CRIE RECURSOS EXCLUSIVOS

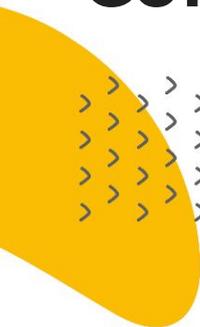
Encontre seu estilo único

6

### DEFINA PADRÕES

Seja marcante

# Como criar seu canal



## COMO CRIAR SEU CANAL

## Princípios de design

## CORES

Use as 500 cores como principais e as outras como cores de destaque. Escolha apenas três tons da paleta principal e uma cor de destaque da paleta secundária.

Primary – Indigo		Accent – Pink	
500	#3F51B5	A200	#FF4081
100	#05C9A9	Fallback	
500	#3F51B5	A100	#FF80AB
700	#303F9F	A400	#F50057

Example of a primary color palette

Example of a secondary palette

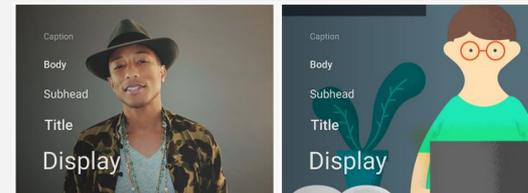
## IMAGENS

Use imagens simples com elementos relevantes, mas sem exagerar. Evite usar o banco de fotos. Procure usar imagens originais.



## TIPOGRAFIA

Diferentes tamanhos e estilos misturados podem acabar com um layout. Um texto com a mesma cor do plano de fundo é difícil de ser lido. O contraste exagerado no conteúdo também pode dificultar a leitura, principalmente quando textos de cores leves contrastam com um fundo escuro.



Contrast over image

Contrast over illustration

## COMO CRIAR SEU CANAL

# Ícone



### Ícone de foto:

O ícone do canal pode ser um retrato



### Ícone da marca:

Use o nome do canal se não tiver um apresentador



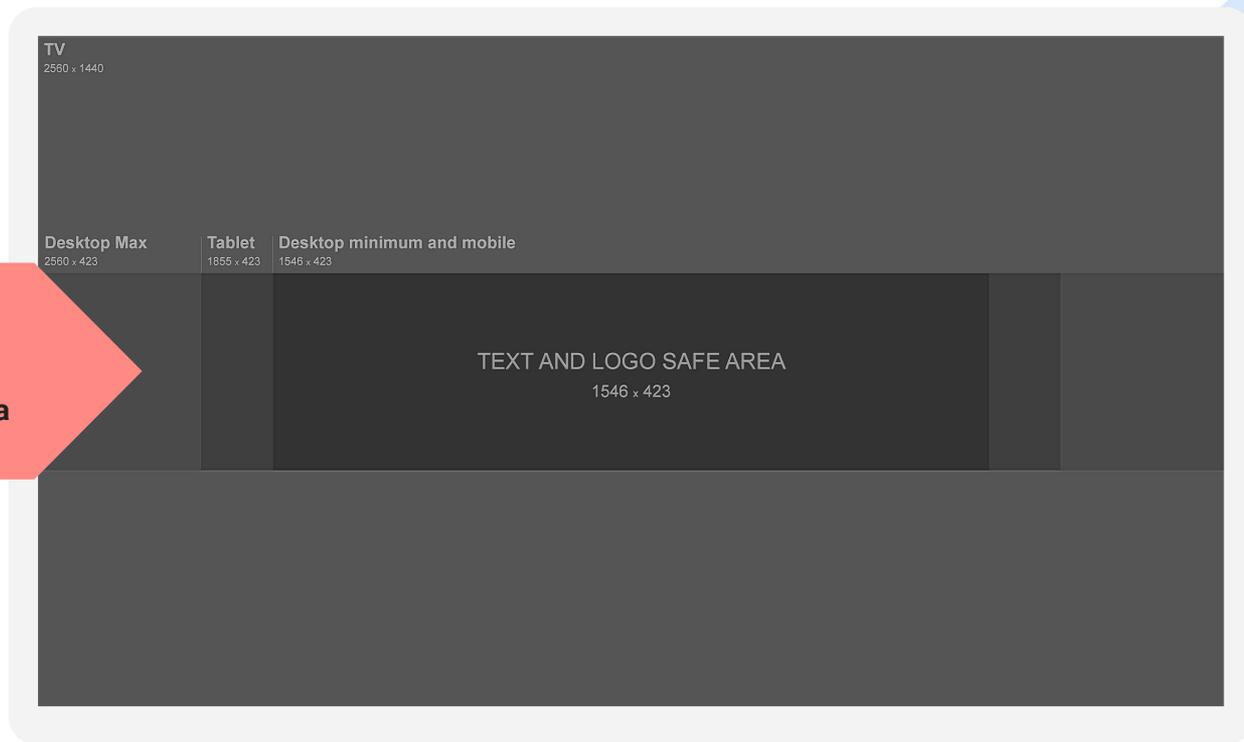
### Ícone do logotipo:

Um logotipo simples que pode ser reconhecido com facilidade é um ótimo começo

## COMO CRIAR SEU CANAL

# Banner

**Não se esqueça de otimizar seu banner para seguir as especificações do YouTube e apresentar a estética da marca e o assunto do canal.**



## COMO CRIAR SEU CANAL

## Imagem da miniatura personalizada

FÁCIL



MÉDIO



AVANÇADO



## Jimmy's BIG Adventure! Brasil! 2014!

Join former US International and KICKTV's faux-journalist-in-chief Jimmy Conrad as he travels around Brasil for the Adventure! (Brasil 2014)



**Jimmy Conrad's BIG Adventure, Brasil 2014!**  
KICKTV ES  
89 192 espectadores  
• 10 meses atrás



**Is This the BEST Fan at the World Cup?**  
KICKTV ES  
49 122 espectadores  
• 10 meses atrás

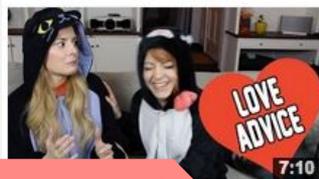


**Brazil vs Croatia: That #Terrible Penalty Call**  
KICKTV ES  
54 141 espectadores  
• 10 meses atrás



## COMO CRIAR SEU CANAL

# Títulos de vídeos e recursos integrados do YouTube



Mantenha sua marca consistente formatando de maneira uniforme o título dos vídeos...

Grace Helbig



MORE SECRETS // Grace Helbig



JANUARY FAVORITES // Grace Helbig



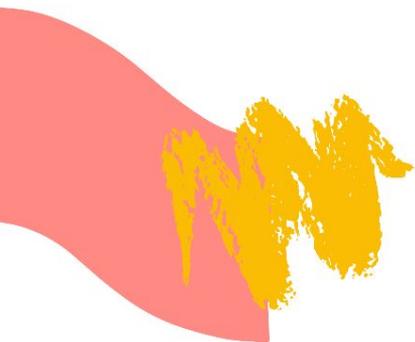
I ALMOST SH\*T MY PANTS // Grace Helbig



... e usando os recursos integrados do YouTube

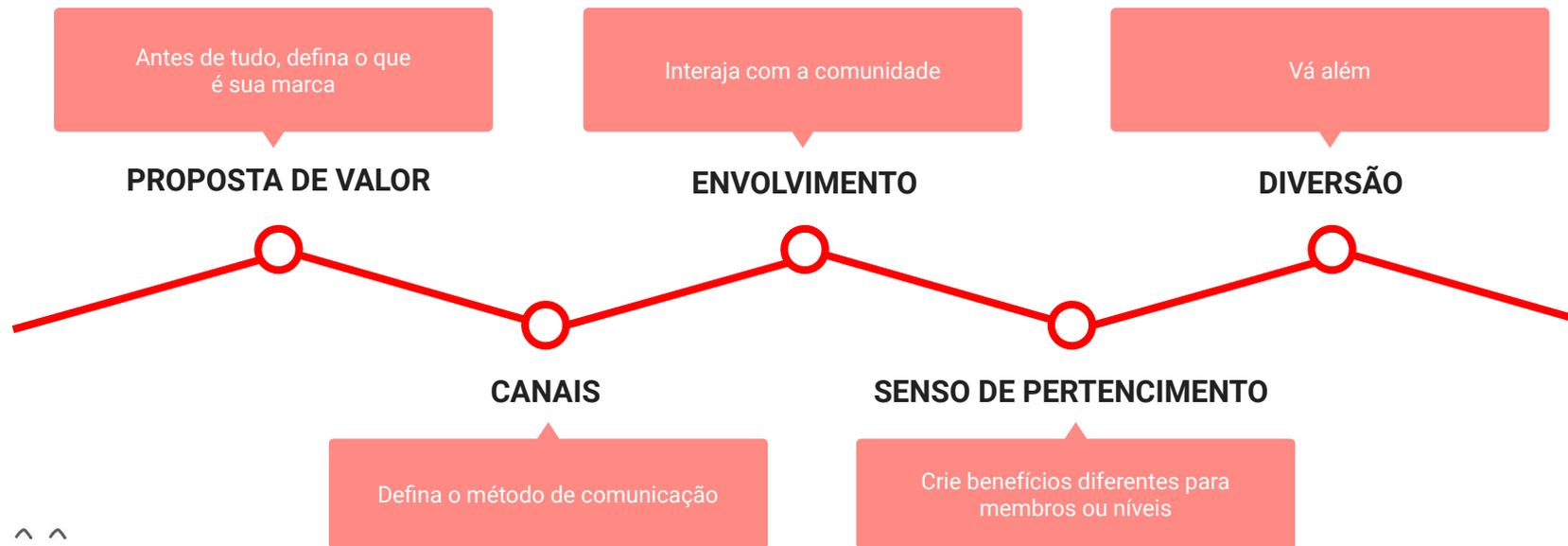


# Como desenvolver sua comunidade



## COMO DESENVOLVER SUA COMUNIDADE

# Desenvolva a comunidade da sua marca



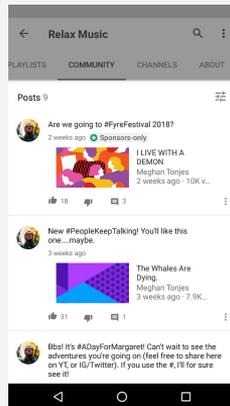
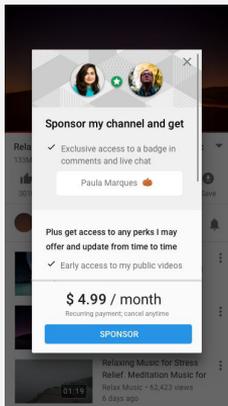
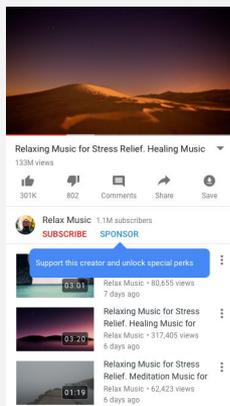


## COMO DESENVOLVER SUA COMUNIDADE

## Desenvolva a comunidade da sua marca

## CRIE UM SENSO DE PERTENCIMENTO

Criar benefícios de assinatura e apelidar seu grupo de fãs são duas ótimas maneiras de desenvolver a lealdade do público.

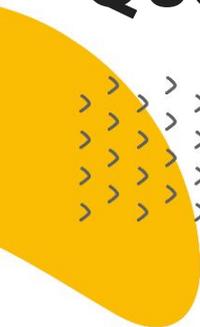


## VÁ ALÉM

**Divirta** os fãs com produtos da marca e eventos recorrentes.



# Quando fazer o rebranding

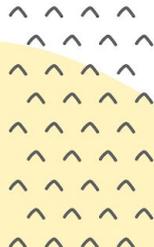


## QUANDO FAZER O REBRANDING

# Quando pensar em um rebranding

---

- Chegou a hora **de expandir os formatos de conteúdo e/ou você não se identifica mais com o objetivo definido.**
- O **tempo de exibição e as visualizações** estão em baixa por mais de 365 dias.
- Você teve **associação com a imagem errada.**
- Você quer **alcançar espectadores diferentes.**
- O uso do seu tipo de **formato criativo** tem diminuído em todo o site.
- Os **comentários** sugerem que é hora de tentar algo novo.

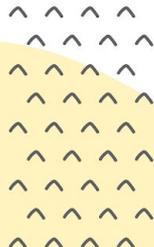


## QUANDO FAZER O REBRANDING

# Plano de ação

---

- Desenvolva sua marca pessoal: seu objetivo ou uma direção geral a seguir.
- Escolha seu criador de conteúdo favorito e liste 3 características que fazem ele ou ela se destacar. O que pode ser aplicado à sua marca?
- Crie o design da sua marca:
  - Escolha um esquema de cores: de acordo com estilo ou preferência
  - Escolha uma fonte: é de graça no [Google Fonts](#)
  - Crie um logotipo: pode ser até mesmo seu rosto!



1

**Canal único ou diversos canais**

## QUANDO FAZER O REBRANDING

# Observações sobre um ou vários canais

## MOTIVOS PARA TER DIVERSOS CANAIS

- **Você tem diversas marcas com públicos já consolidados**
- **A voz do conteúdo é bem diferente e tem o objetivo de conquistar públicos diferentes (por exemplo, assuntos sérios x vídeos de humor, público jovem x adulto etc.)**
- **Evita a saturação** de excesso de conteúdo: só funciona se o conteúdo puder ser dividido em diferentes categorias

## MOTIVOS PARA NÃO TER DIVERSOS CANAIS

- **Muito mais trabalhoso!**
  - **É difícil manter** dois canais relacionados, mas diferentes
  - **Produzir mais conteúdo** é essencial para manter os canais atualizados e relevantes
- **Seu público é dividido** entre os canais
- **É mais fácil fazer um vídeo ter muitas visualizações em um canal grande** (com muitos inscritos)

## QUANDO FAZER O REBRANDING

## Exemplo de multicanal: The Guardian e Guardian News

**The Guardian** ✓  
793,449 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT

**Fighting Shame**

**Fighting Shame**  
The Guardian ✓ 71K views 4 weeks ago  
A group of women from Leeds share stories of poverty through eight everyday objects and the community initiatives they've launched to fight the shame that surrounds it, in a bid to start a dialogue...

**Guardian Animations and Explainers** ▶ PLAY ALL  
Quick guides to complex stories

**How Ukip normalised far-right politics**  
The Guardian ✓ 24K views 1 week ago (CC)

**Why we should be paying more for parking**  
The Guardian ✓ 28K views 3 months ago (CC)

**The disturbing truth about teaching in America**  
The Guardian ✓ 45K views 5 months ago (CC)

**Is Brexit definitely going to happen?**  
The Guardian ✓ 473K views 5 months ago (CC)

**How Sex and the City appropriated black culture**  
The Guardian ✓ 31K views 5 months ago (CC)

**Guardian documentaries** ▶ PLAY ALL

**Guardian News**  
302,654 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT

**Five Donald Trump tactics to watch out for**  
Guardian News • 94K views 1 month ago  
In the two years since he took office, the US president has repeatedly deployed a number of tactics to try to get what he wants. We highlight five of Trump's most commonly used methods to make them...

**The latest Guardian news** ▶ PLAY ALL  
The latest Guardian news video from around the world

**Doug Cameron interrogates Michaela Cash: The cover...**  
Guardian News 3.8K views 2 days ago (CC)

**Michaela Cash demands apology during fiery...**  
Guardian News 8.5K views 2 days ago (CC)

**Jeremy Corbyn tells exiled MPs they were elected on a...**  
Guardian News 18K views 2 days ago (CC)

**Tom Watson: Labour must tackle antisemitism to...**  
Guardian News 150K views 4 days ago (CC)

**Angela Smith appears to describe people with Funny...**  
Guardian News 104K views 4 days ago (CC)

**Brexit** ▶ PLAY ALL  
Stay up to date with news on the UK and European Union's Brexit negotiations

## QUANDO FAZER O REBRANDING

# Observações sobre um ou vários canais

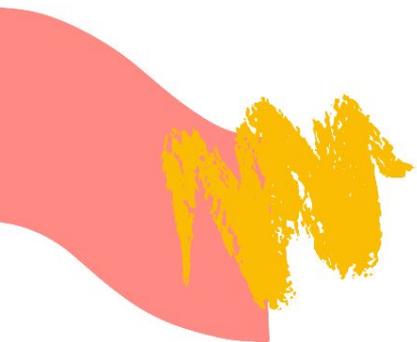
## ESTRATÉGIA PARA VÁRIOS CANAIS

- Crie um **estilo e propósito únicos** para cada canal
- **Os canais precisam ser reconhecidos com facilidade**, mas não podem ser idênticos
- **Conteúdo diferente para públicos diferentes**
- **Use estilos parecidos, mas únicos, para apresentações e títulos** com o objetivo de associar e diferenciar os vídeos

## PROMOVA NOVOS CANAIS "SECUNDÁRIOS"

- **Use as telas finais para promover o canal e conseguir mais inscrições**
- Antes de lançar uma nova série, **crie um teaser ou envie o primeiro vídeo da série para um canal já conhecido** para promover o canal novo
- **Insira o link do canal na descrição**
- Em um canal já conhecido, **promova, de maneira verbal, o canal novo e o objetivo dele**

# Promover

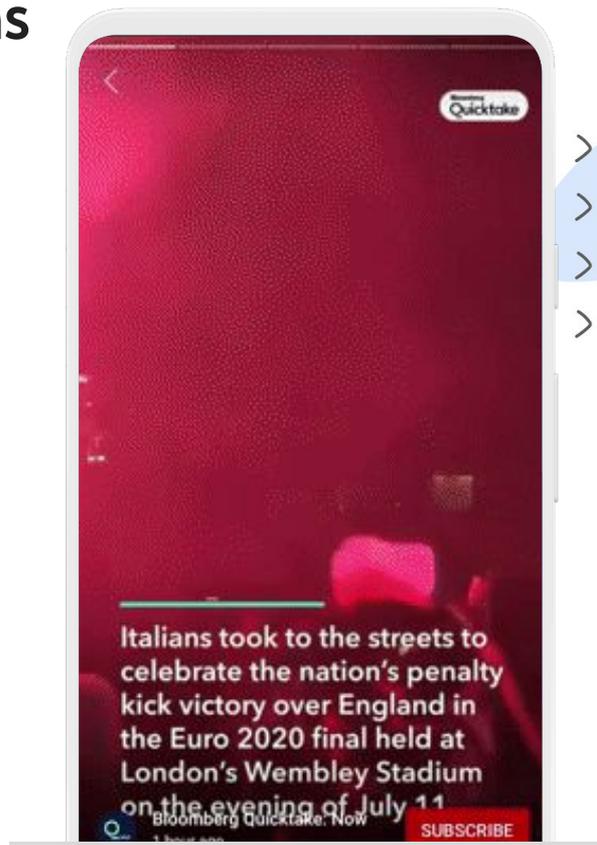


## PROMOVER

# Estratégias para fazer promoções cruzadas

Use suas contas de mídias sociais e os vários recursos do YouTube para se promover e divulgar o conteúdo novo.

- **Aproveite sua presença em mídias sociais:** use os recursos promocionais de plataformas como Snapchat e Instagram, como "deslizar para cima", com o objetivo de promover conteúdo para seu público atual das redes sociais.
- **Crie uma estratégia com os produtos do YouTube:** pense em como criar e usar seu conteúdo para ter mais visualizações na Comunidade e nas Histórias do YouTube. Reflita sobre qual conteúdo é melhor para ser uma Estreia ou uma transmissão ao vivo.
- **As calls-to-action são importantes:** trailers e clipes promocionais de conteúdo do YouTube podem ser eficientes, mas conversar diretamente com o público nos vídeos é uma das melhores maneiras de promover o conteúdo novo.

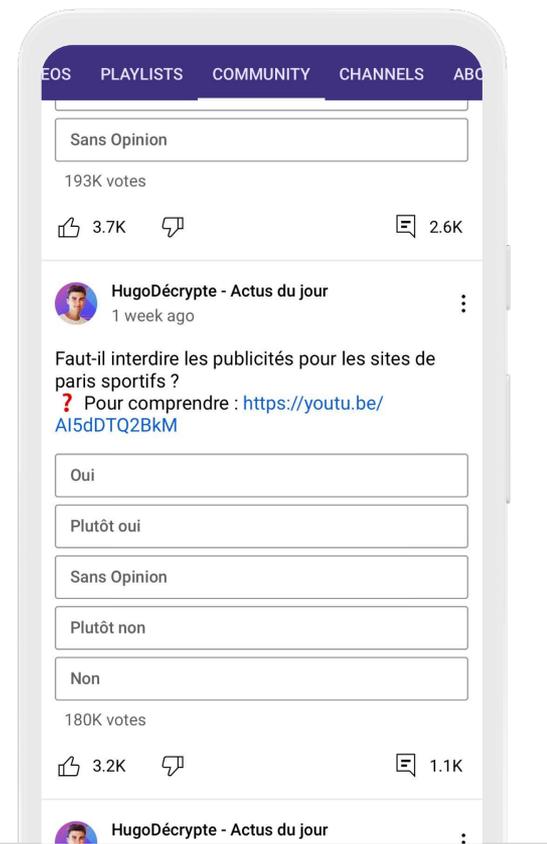


## PROMOVER

# Comunidade

A guia "Comunidade" é outra maneira simples e fácil de se comunicar e interagir com o público. Estes são alguns formatos conhecidos que você pode usar em postagens na guia "Comunidade":

- **GIFs.** Use GIFs nas postagens na Comunidade para animar, interagir e, se quiser, fazer o público dar risada. Postagens com mais envolvimento na Comunidade costumam ter GIFs!
- **Enquetes.** Enquetes ajudam a entender o público. Use esse recurso para pedir aos espectadores dicas de assuntos para os próximos vídeos.
- **Vídeos.** Trailers e clipes promocionais do conteúdo do YouTube podem ser eficientes, mas conversar diretamente com o público nos vídeos é uma das melhores maneiras de promover o conteúdo novo.

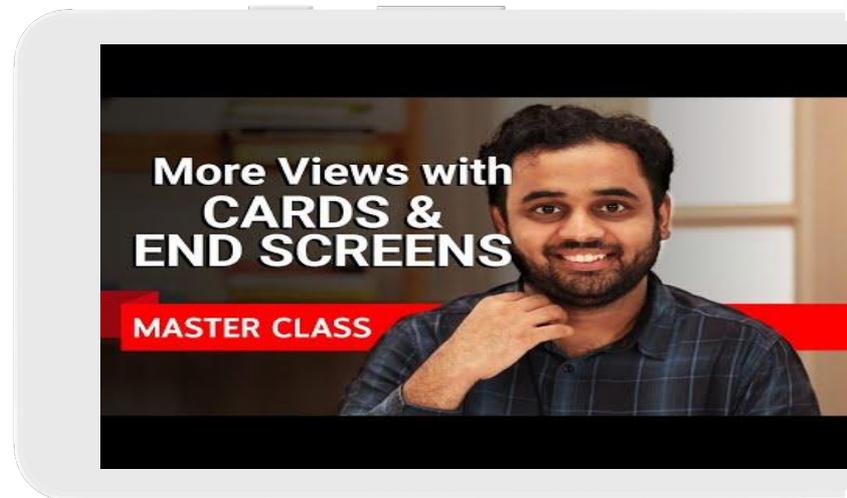


## PROMOVER

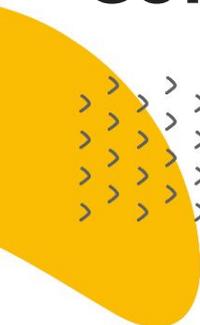
# Guie os espectadores

As telas finais ajudam a aumentar o tempo de exibição no canal ao direcionar os espectadores a até 4 elementos diferentes nos últimos 20 segundos do vídeo.

- **Maximize o impacto.** As telas finais podem ser usadas com cards finais, que exibem vários links e contam com uma call-to-action que direciona os espectadores a outros vídeos e encoraja ações como curtir, compartilhar e se inscrever.
- **Use os cards do YouTube.** Cards são notificações exibidas no canto superior direito dos vídeos. Use esses elementos em momentos relevantes do conteúdo.
- **Escolha com cuidado.** As telas finais mais bem-sucedidas são as que recomendam algo relevante aos espectadores. Use esses elementos para impulsionar o tráfego de episódios e séries.



# Como se destacar



## COMO SE DESTACAR

# Foque naquilo que torna você diferente

Foque na sua especialidade, personalidade ou em outras áreas em que você possa mostrar perspectivas únicas e aquilo que diferencia você das outras pessoas. Essa é uma das maneiras mais eficazes de se destacar.

- **Foco.** Uma das maneiras mais fáceis de mostrar o que torna você diferente é focar na sua especialidade. Jornalistas fazem isso focando nas áreas que escolheram e discutindo assuntos e histórias de acordo com esse ponto de vista.
- **Personalidade.** Outra maneira de se destacar é com sua personalidade, que engloba conhecimentos, especializações, experiências ou outros jeitos de discutir um assunto ou história com seu ponto de vista, gerando identificação com as necessidades dos espectadores ou impactando essas pessoas.

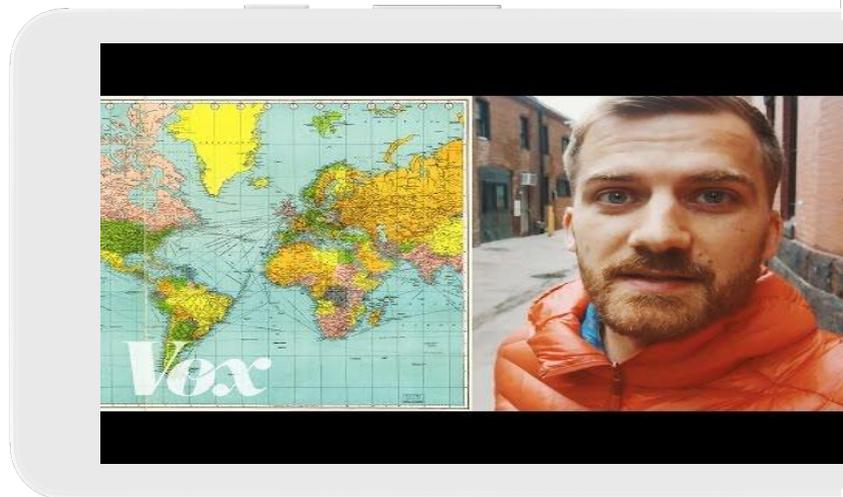


**COMO SE DESTACAR**

# Peça a opinião do público

Outra maneira de se destacar é criando uma comunidade com base nas opiniões dos espectadores. Assim, o público se sente profundamente conectado ao seu objetivo na plataforma e se envolve ainda mais com seu conteúdo.

- **Peça opinião sobre o conteúdo.** Use a comunicação da era digital a seu favor e peça a opinião do público sobre o conteúdo. Você pode fazer isso usando cards de enquetes em vídeos, fixando comentários no chat, postando na guia "Comunidade" (enquetes ou perguntas abertas) etc.
- **Peça para o público apoiar seu objetivo.** Peça a ajuda dos espectadores. Isso vai fazer essas pessoas se sentirem parte do objetivo do canal (se for normal em sua cultura, já que pedir isso pode ser inapropriado em algumas regiões). Pense em como usar isso para falar sobre Clubes dos canais ou outras plataformas de terceiros voltadas a contribuições.

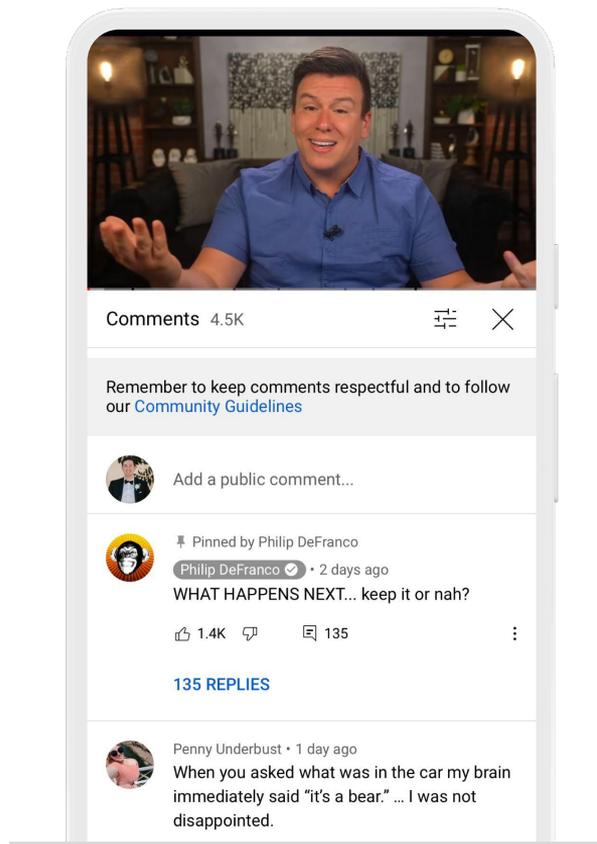


## COMO SE DESTACAR

# Crie uma conversa

Enquanto pensa em como usar sua presença no YouTube para interagir com os espectadores, é bom lembrar dos pontos a seguir.

- **Interaja nas transmissões ao vivo.** Ative o Super Chat ou interaja com o público, principalmente em transmissões ao vivo. Assim, você pode receber mais contribuições e se aproximar dos espectadores.
- **Desenvolva uma comunidade.** Além dos comentários, recursos como as Histórias e a Comunidade são ótimas maneiras de manter um envolvimento leve e consistente.
- **Tenha presença ativa nos comentários.** Fixe comentários nos vídeos enviados para iniciar conversas com o público, além de deixar um "Gostei" nos comentários que mais curtir.
- **Use as ferramentas do YouTube** para gerenciar **comentários** e **chats ao vivo** e manter uma conversa sem desvios e livre de spam.



## JORNALISTA: ESTUDO DE CASO

## HugoDécrypte

Criado por Hugo Travers em 2015, o HugoDécrypte é um canal do YouTube com mais de 500 mil inscritos que conta com vídeos de assuntos e histórias variadas. Com o objetivo de crescer, o canal resolveu testar como formatos de apresentação e narrativas diferentes podem tornar o conteúdo de notícias e atualidades mais acessível ao público jovem.

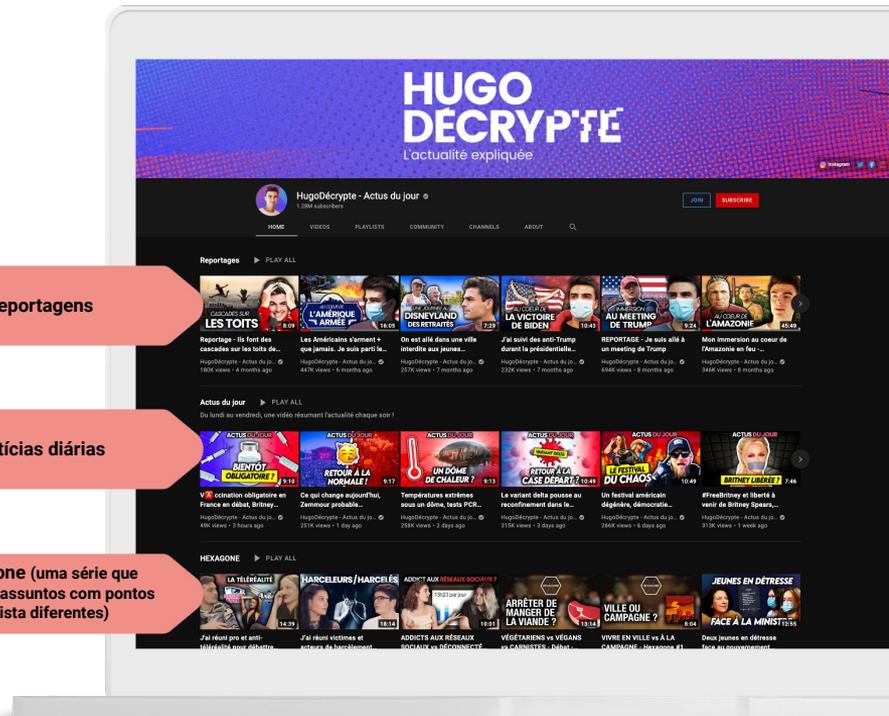
- **Testes geram crescimento:** para descobrir a melhor combinação de assunto, duração, apresentação e estilo para o público, é preciso fazer testes e aprender com eles.
- **Formatos mais longos são o futuro:** pode parecer que os millennials e a geração Z preferem conteúdo curto e direto, mas o criador do canal HugoDécrypte descobriu o contrário. O público jovem do YouTube procura e gosta de formatos mais longos de notícias, e tende a consumir conteúdo desse tipo.
- **Crie outras formas de apresentação para crescer:** a personalidade do Hugo fez a marca crescer e se tornar o que é hoje, mas ele se deparou com um limite de crescimento do canal. Por isso, testou diferentes formatos de apresentação. Ele convidou mais apresentadores para trabalhar com ele, e também produziu vídeos com jovens tendo discussões livres.

**Resultado: aumento de inscritos e de visibilidade.** Em um ano de testes, o número de inscritos do canal HugoDécrypte dobrou, e o criador teve a oportunidade de entrevistar o presidente Emmanuel Macron.

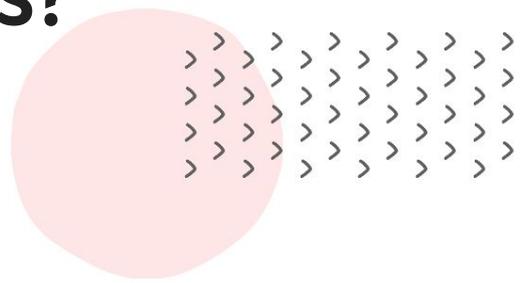
## Reportagens

## Notícias diárias

## Hexagone (uma série que apresenta assuntos com pontos de vista diferentes)



# Perguntas?



# Até a próxima!

