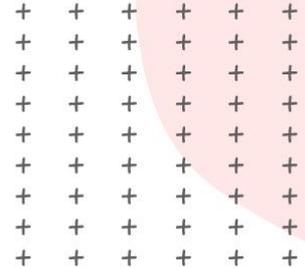
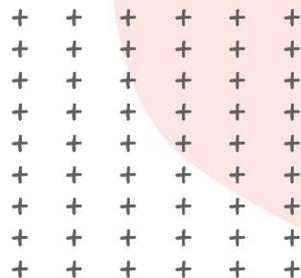


# News Creator

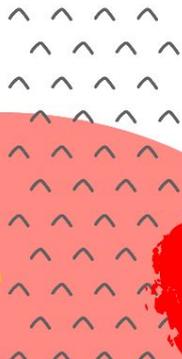
WORKSHOPS 2022





## WORKSHOP 4:

# Como o YouTube recomenda vídeos + Conceitos básicos de monetização



## WORKSHOP 4: COMO O YOUTUBE RECOMENDA VÍDEOS + MONETIZAÇÃO

# Visão geral do programa



# Temas

01

Como o YouTube  
recomenda vídeos

02

Introdução à monetização  
no YouTube

03

Perguntas e respostas



# Como o YouTube recomenda vídeos

---

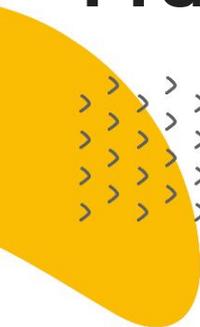
Nossas práticas recomendadas principais e como elas afetam você

Como nossos sistemas de recomendações podem ajudar você a encontrar vídeos para os espectadores

Como você pode começar a entender seus espectadores e os hábitos deles



# Prática recomendada



# O sistema de recomendações do YouTube foi projetado para...

---

01

Ajudar os espectadores a encontrar os vídeos que querem assistir

02

Otimizar a satisfação de longo prazo dos espectadores



Nós valorizamos muito a responsabilidade de fazer o que é certo para a sociedade, os espectadores, os criadores e os anunciantes.

**Remover**

conteúdo que viole nossas diretrizes da comunidade

**Recomendar**

vozes confiáveis na nossa plataforma

**Reduzir**

a propagação de conteúdo duvidoso

**Recompensar**

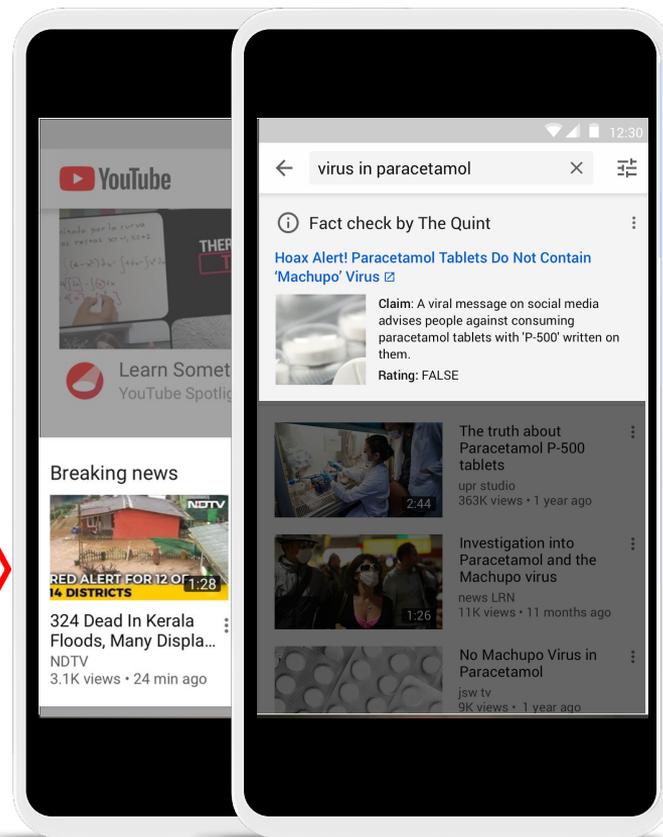
conteúdo que atenda aos padrões exigidos para monetização

Descoberta no YouTube

# Aumentar

Em tópicos sensíveis como notícias ou informações médicas, nós aumentamos a visibilidade de conteúdo produzido pelas vozes mais confiáveis do setor. Ao fazer isso, queremos melhorar a transparência e a responsabilidade, mantendo o YouTube como uma fonte de informações verdadeiras e aprofundadas.

**As seleções "Últimas notícias" e "Principais notícias" nos feeds da guia "Início" e da pesquisa destacam vozes confiáveis relacionadas a novos eventos ou tópicos de pesquisa sensíveis. Além disso, cards de informações podem ser mostrados na pesquisa e nas páginas de exibição para fornecer contexto e checagem de fatos de organizações confiáveis em temas com muita desinformação (por exemplo, o aquecimento global).**

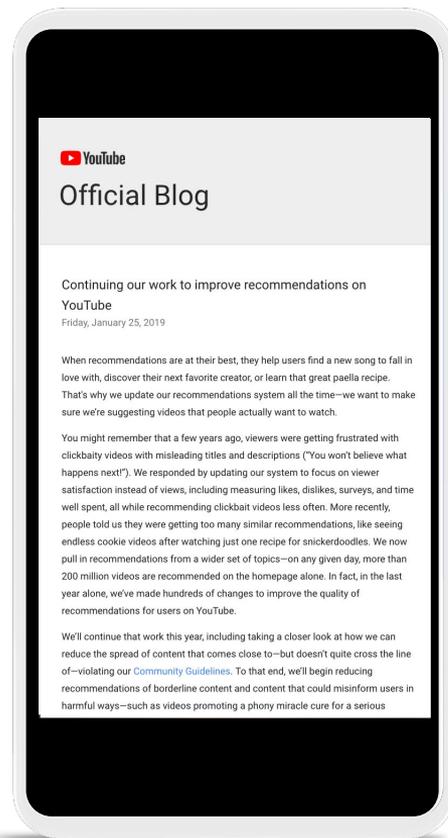


# Reduzir

Para criar e oferecer experiências melhores para nossos usuários, nós fazemos mudanças frequentes nos nossos sistemas de recomendações com foco em reduzir a propagação de conteúdo duvidoso, de baixa qualidade ou baseado em desinformações nocivas. De forma similar à remoção de conteúdo que viola nossas diretrizes, essas ações têm o objetivo de beneficiar a plataforma como um todo, reforçando a posição do YouTube como um lugar onde os usuários podem interagir com um conteúdo seguro, envolvente e de alta qualidade.

## Quer saber mais?

Confira esta postagem do blog que aborda nossas recomendações.



# Queremos melhorar a satisfação dos espectadores a longo prazo perguntando do que eles gostam

## Tempo de exibição

Os usuários passam mais tempo assistindo o que gostam



2011



2012



2015 -  
hoje

### Cliques e visualizações

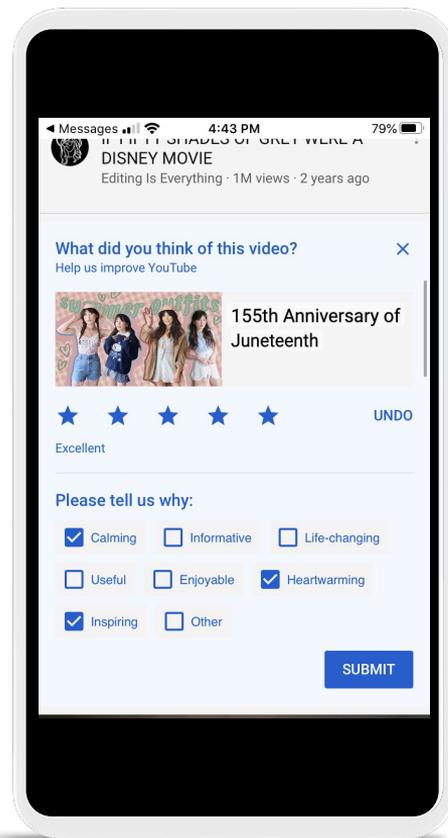
Indução de cliques com miniaturas e títulos enganosos

### Satisfação

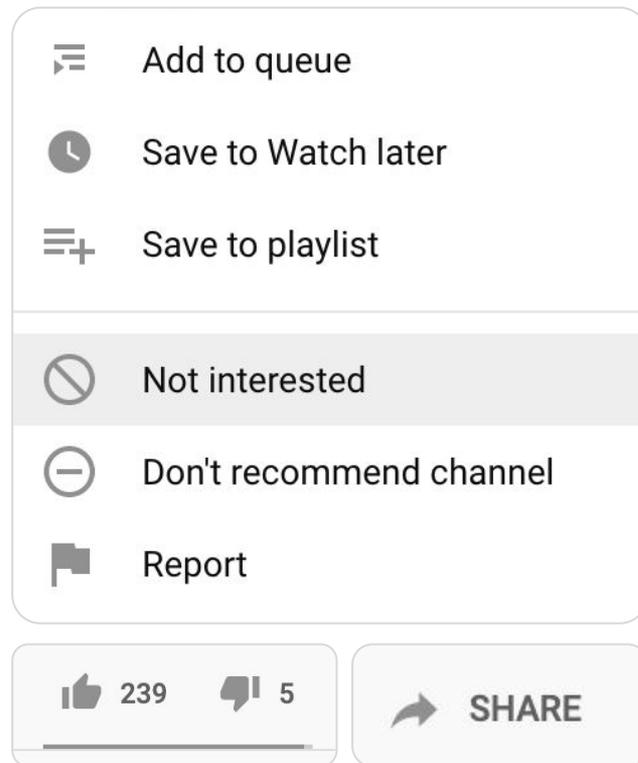
Perguntamos aos espectadores o que eles gostam e otimizamos para isso

Usamos pesquisas para  
perguntar aos  
espectadores o que eles  
acham

...nem todo o tempo de  
exibição é considerado  
igual



E outros sinais como feedback “Não tenho interesse”, marcações “Gostei” / “Não gostei” e compartilhamentos



# A cada dia, nossos sistemas aprendem com mais de 80 bilhões de sinais dos espectadores...

---

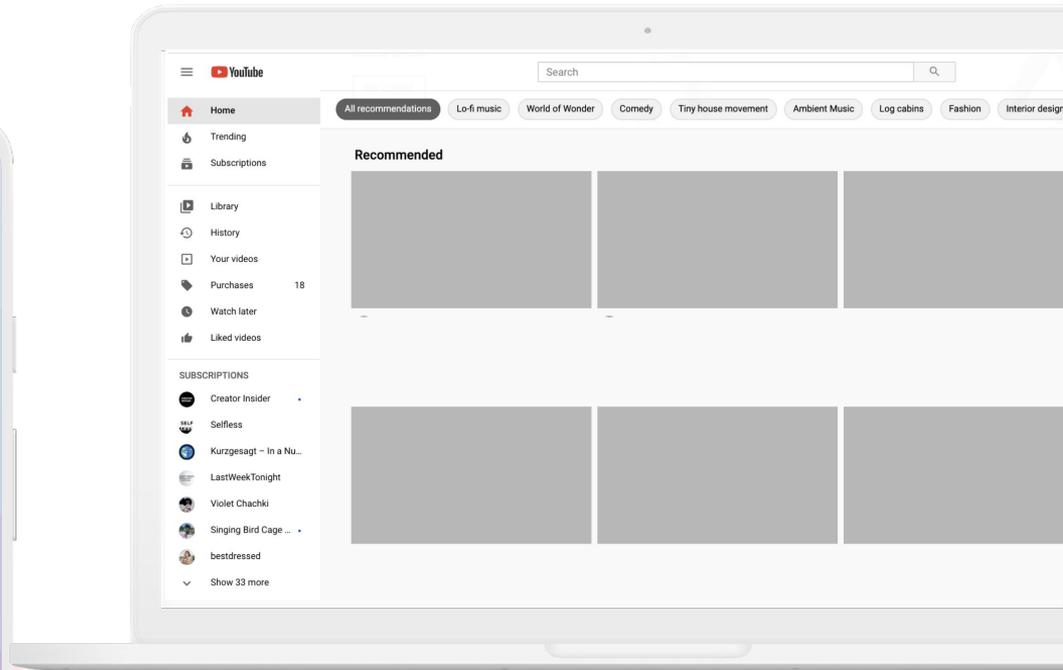
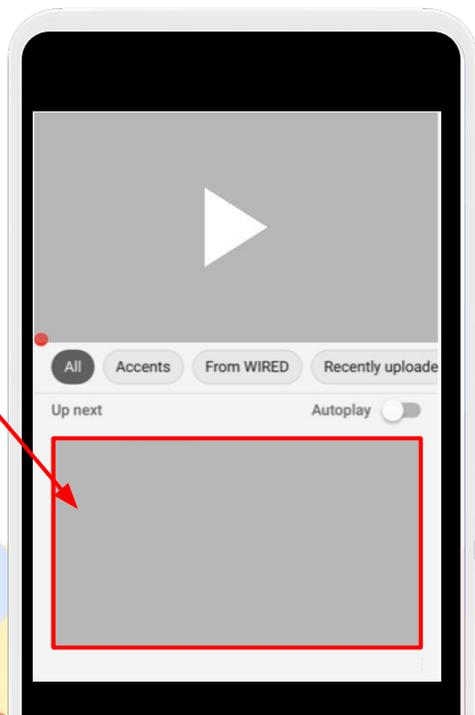
- O que assistem
- O que não assistem
- O tempo que gastam assistindo
- Onde assistem
- Quando assistem
- Marcações "Gostei" e "Não gostei"
- Compartilhamentos
- Feedback do tipo "Não tenho interesse"
- Pesquisas antes e depois de assistir
- e mais



# A guia "Início" e os vídeos sugeridos são a principal fonte da maioria dos canais

Observação: os vídeos sugeridos aparecem ao lado do vídeo que o usuário está assistindo

Os vídeos sugeridos ficam abaixo de "Próximo"



# A guia "Início" tem como objetivo entregar as recomendações mais relevantes e personalizadas para cada espectador que acessa o YouTube

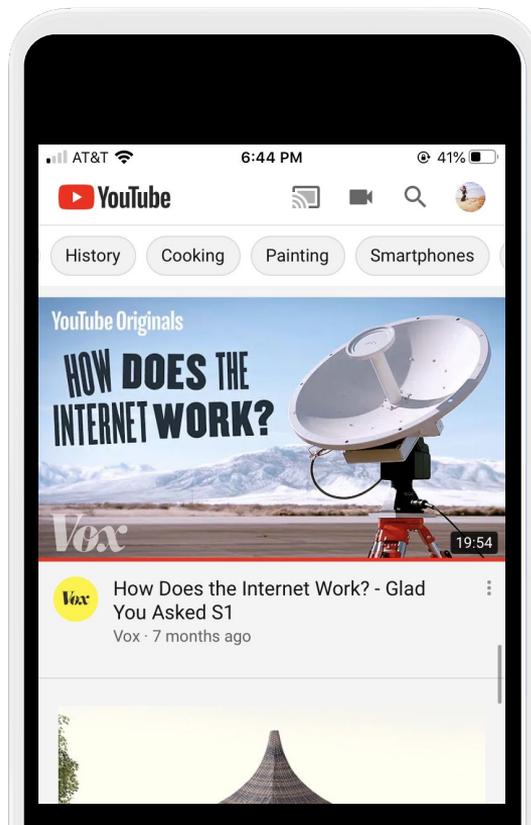
## Como funciona?

A página "Início" classifica os vídeos com base em...

- **Desempenho:** entre outros fatores, houve engajamento com o vídeo e satisfação dos espectadores?
- **Personalização:** o histórico de exibição do espectador e com que frequência um vídeo do canal ou assunto é assistido.

## O que você pode fazer?

- Analise seu vídeo como se você fosse um espectador novo que ainda não conhece seu canal. Você clicaria nele e o assistiria?
- Fazer envios frequentes ajuda a manter o interesse do seu público-alvo e a criar uma rotina dos espectadores com relação ao seu canal.



# As "Sugestões" oferecem para os espectadores uma seleção de vídeos que mais têm chances de serem assistidos em sequência, com base nas atividades anteriores do usuário

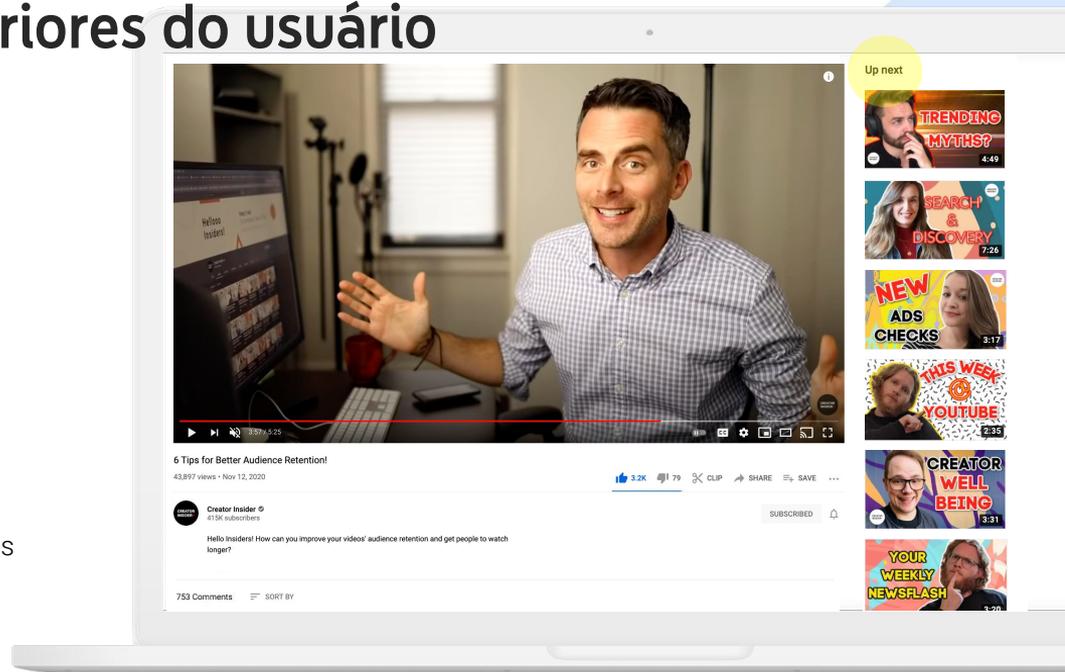
## Como funciona?

As "Sugestões" usam sinais como:

- quais vídeos são assistidos em sequência;
- vídeos com assuntos relacionados;
- vídeos do histórico de exibição do usuário.

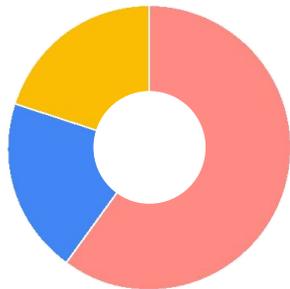
## O que você pode fazer?

- Desenvolva uma série de vídeos
- Tenha títulos e estilos de miniaturas consistentes
- Termine com uma call-to-action para o usuário assistir mais conteúdo
- Use playlists e telas finais

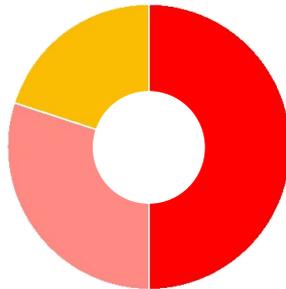


# É normal que espectadores descubram os vídeos de maneiras diferentes

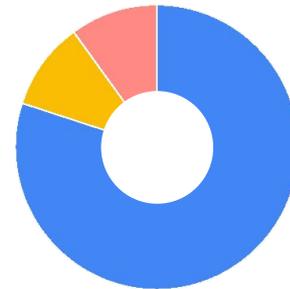
Alguns vídeos vão receber mais ou menos visualizações de origens de tráfego diferentes. Quando isso acontece, pense sobre como os espectadores se comportam no YouTube. Quais assuntos pesquisam? Como ouvem músicas?



Como fazer torrada francesa



Músicas para estudar



Notícias do mundo hoje

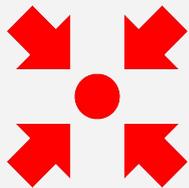
- Visualizações da Pesquisa
- Visualizações da guia "Início"
- Visualizações de sugestões
- Visualizações de playlists

*\*Os exemplos são ilustrativos*

O sistema de recomendação do YouTube não encontra espectadores para os vídeos. Ele encontra vídeos para os espectadores.

# Quais fatores influenciam a recomendação dos vídeos?

## Personalização



Histórico de exibição

## Desempenho



Apelo  
Envolvimento  
Satisfação

## Fatores externos



Interesse no  
assunto  
Concorrência  
Sazonalidade





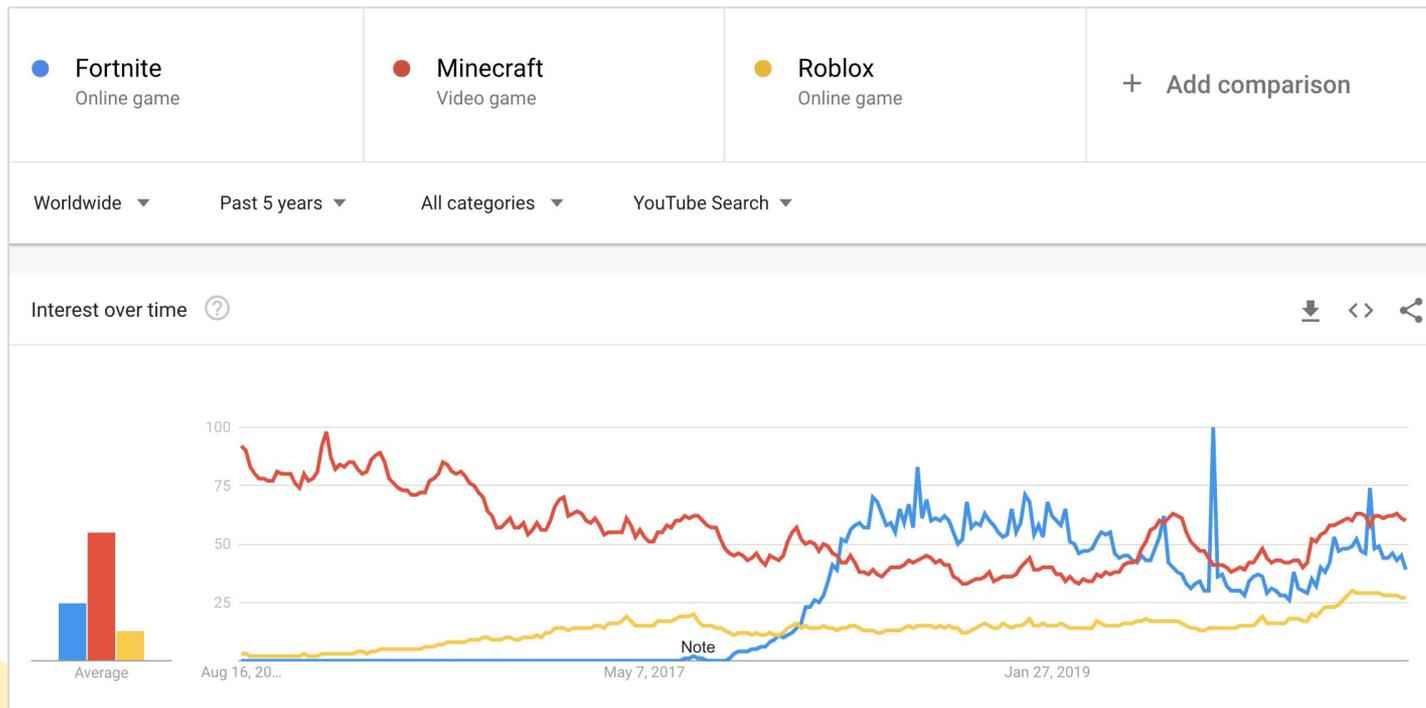
# Como o YouTube personaliza as recomendações?

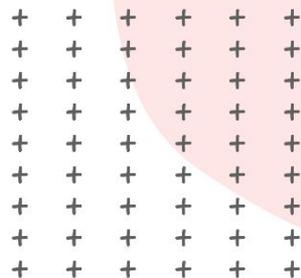
- **Entendendo quais vídeos um usuário gostou anteriormente,** conseguimos recomendar mais vídeos que o usuário provavelmente vai gostar
- **Entendendo quais vídeos são assistidos em sequência,** conseguimos identificar vídeos que os usuários podem gostar, mas ainda não viram
- **Entendendo quais canais ou assuntos um usuário assiste,** conseguimos identificar o que recomendar com mais ou menos frequência.



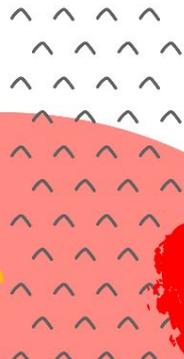


# Lembre-se de que o interesse das pessoas muda com o tempo...





**Faça testes frequentemente**





# Como nosso sistema analisa o desempenho do vídeo?

## Apelo

As pessoas escolheram assistir o vídeo?



Taxa de cliques  
Feedback do tipo "Não tenho interesse"

## Engajamento

Os espectadores continuam acompanhando depois que começam a assistir?



Duração média da visualização  
% média exibida

## Satisfação

Os espectadores gostaram do vídeo?



Pessoas gostam/Pessoas não gostam  
Pesquisas com usuários



# Vamos falar um pouco sobre o Shorts...

O conteúdo no Feed do Shorts é determinado por bilhões de indicadores, mas há algumas métricas que podem ajudar a explicar o desempenho:

**Retenção de público:** os espectadores estão assistindo o vídeo completo ou estão pulando os Shorts? Manter o engajamento dos espectadores do começo ao fim do seu Short é mais importante do que fazer com que ele tenha uma duração específica.

**Marcações "Gostei" e comentários:** a quantidade de espectadores que interagem com seu conteúdo pode mostrar o que funciona bem ou não. Quando as pessoas responderem bem a um vídeo, analise o que as engajou e aplique isso no seu próximo Short.

## Top remixed

Shorts created using parts of this video

213.2K

Remix views

1,510

Total remixes



What does a chef eat in a day?

Culinary excursions • 91K views • 7 days ago



Eating vlog #shorts

Cooking turned up • 21K views • 15 days ago

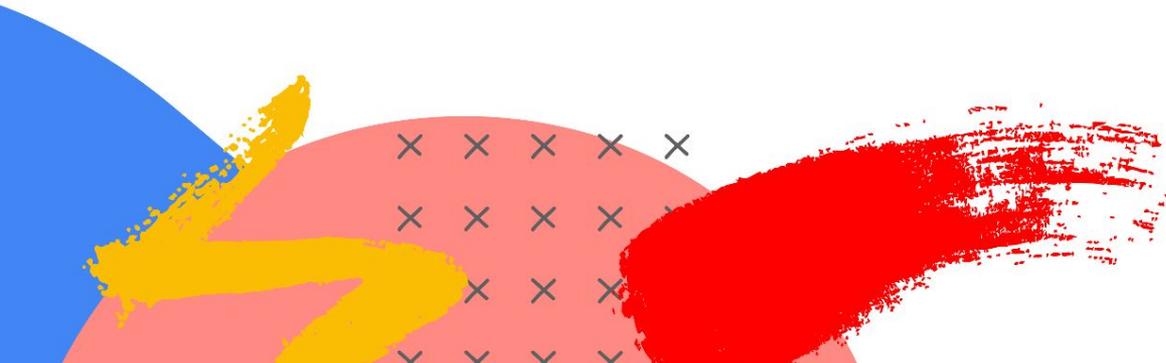


FOOD MAGIC

Transform Your Food • 17K views • 3 days ago



# 5 coisas que você precisa saber sobre o desempenho dos vídeos e do canal





1

**P: As exibições dos meus vídeos são poucas, mas a taxa de cliques e a duração média da visualização são boas. O que está acontecendo?**

**R: Outros vídeos (que não são do seu canal) provavelmente estão com o desempenho melhor.**





2

**P: Mudar o título ou a miniatura de um vídeo muda a classificação dele no algoritmo?**

**R: Talvez, mas não por causa da mudança do título ou da miniatura em si, mas sim porque nossos sistemas estão respondendo de maneira diferente a como os espectadores interagem com seu vídeo.**





3

**P: A monetização afeta a descoberta dos vídeos?**

**R: Não. Nossos sistemas de recomendação não sabem quais vídeos geram ou não receita.**





4

**P: Se eu fizer uma pausa nas publicações do canal, isso prejudicará o desempenho dele?**

**R: Estudamos milhares de canais que fizeram uma pausa nas publicações e não encontramos correlações entre a duração desse intervalo (dias passados entre envios) e mudanças nas visualizações, se comparado o tempo após e antes da pausa. Recomendamos que você faça uma pausa quando precisar.**





5

**P: Se um dos meus vídeos tiver um desempenho ruim, isso vai prejudicar meu canal?**

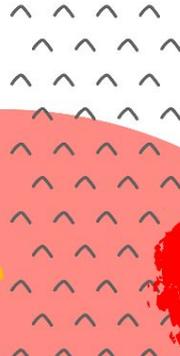
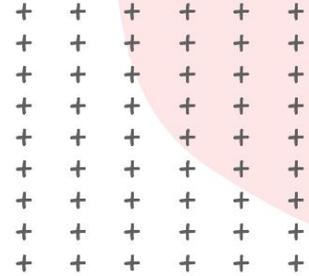
**R: O que importa é como os espectadores reagem a cada vídeo quando ele é recomendado.**



# Como você pode começar a entender seus espectadores e os hábitos deles



**Tenha seu público como  
o foco principal, assim o  
algoritmo vai se adaptar**





# Quais fatores externos influenciam o número de visualizações dos seus vídeos?

**Interesse no assunto**



**Concorrência**



**Sazonalidade**





# Alguns tópicos têm um público em potencial maior que outros

Número estimado de fãs globais de...

**3,5 bilhões**

futebol

**2,5 bilhões**

críquete

**450 milhões**

golfe





# Enquanto criadores comparam o desempenho dentro do próprio canal, nossos sistemas classificam vídeos de todos os canais que um espectador pode assistir

- Mesmo que um vídeo tenha um bom desempenho em relação a outros do seu canal, ele pode receber menos impressões se os vídeos de outros canais tiverem um desempenho ainda melhor.
- Lembre-se de que muitos espectadores assistem mais de 100 ou 200 canais por mês.

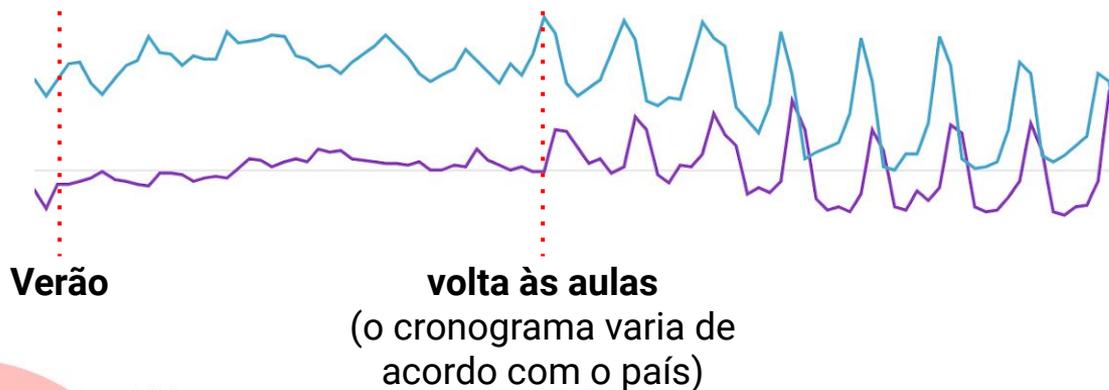
**Concorrência**





# O número de espectadores on-line assistindo o YouTube muda durante o ano

- Recentemente, vimos flutuações no tráfego relacionadas à COVID-19, que afetou drasticamente os hábitos de visualização das pessoas.
- Muitos criadores também veem quedas no número de visualizações em meados de agosto, quando começam as aulas dos espectadores. O gráfico fica assim:



## Sazonalidade

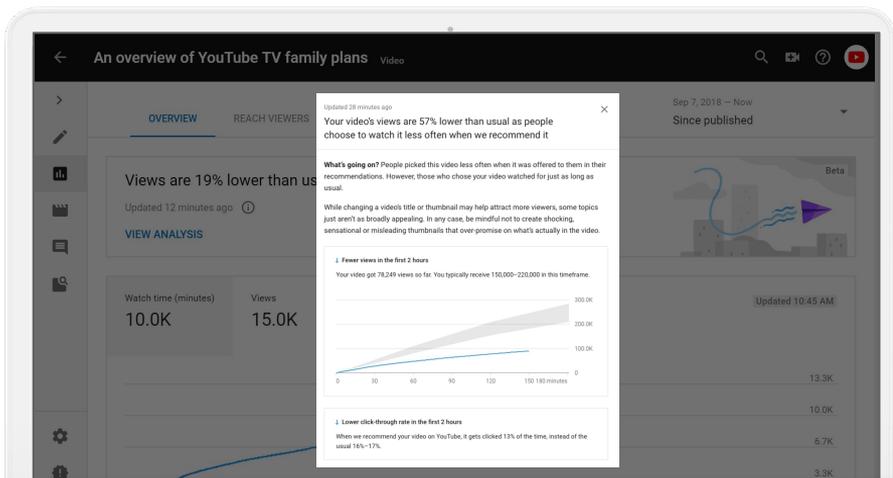


**O número de pessoas que recebem  
recomendações com seus vídeos também  
depende...**

**do apelo geral do tema, do desempenho de  
outros vídeos, de alterações sazonais**

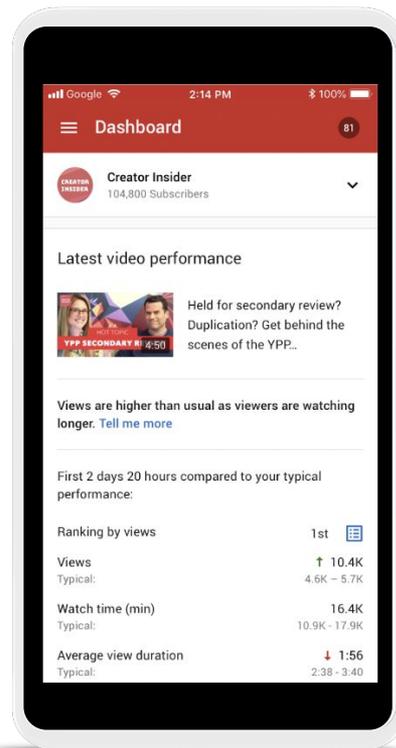


# Queremos que seja fácil de entender como seus vídeos são descobertos. Por isso, lançamos os insights no Analytics



## ↓ Lower click-through rate in the first 2 hours

When we recommend your video on YouTube, it gets clicked 13% of the time, instead of the usual 16%–17%.



# ...e estamos adicionando mais ferramentas para ajudar você a entender seu público

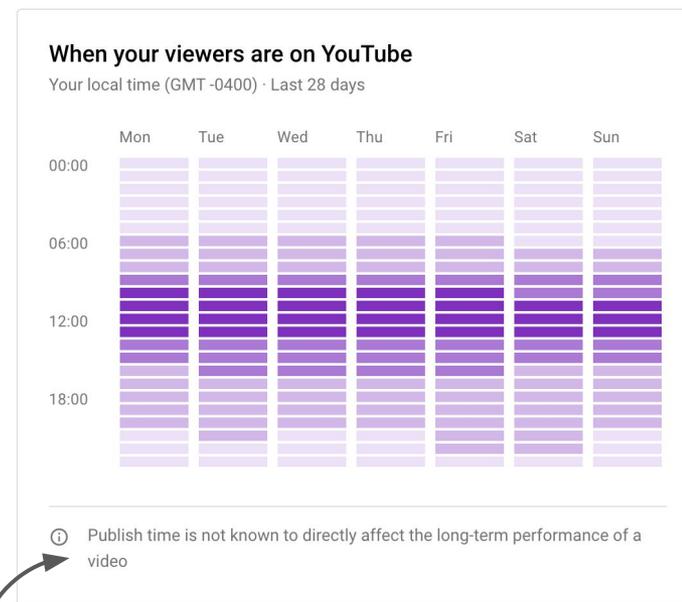
## Interesses do público

**Other videos your audience watched**  
Last 7 days

- Use máscara. Ajude a diminuir a transmissão da  
Google • 313,8 mil visualizações • Há 5 dias
- Conheça o Google Arts & Culture | #GoogleArts.  
Google Arts & Culture • 327,6 mil visualizações • Há 5 dias
- 61º aniversário de Israel Kamakawiwo'ole  
Google Doodles • 515,6 mil visualizações • Há 6 dias
- Comemoração a Selena Quintanilla  
Google Doodles • 190,6 mil visualizações • Há 1 dia
- 113º aniversário de Langston Hughes  
Google Doodles • 271,9 mil visualizações • Há 3 dias

Experimental Send us feedback < 1/3 >

## Quando o público está on-line



Esse relatório pode ajudar você a decidir quando fazer uma transmissão ao vivo ou agendar uma Estreia.

## WORKSHOP 4: COMO O YOUTUBE RECOMENDA VÍDEOS + MONETIZAÇÃO

### Resumo

---

01

Temos como foco a satisfação de longo prazo dos espectadores

02

O algoritmo segue o público

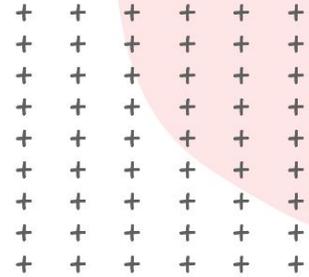
03

Faça testes frequentemente

04

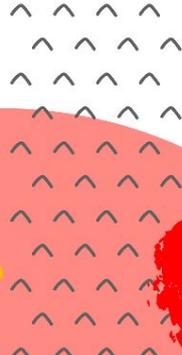
Espere flutuações e sazonalidade





## WORKSHOP 4:

# Noções básicas de monetização



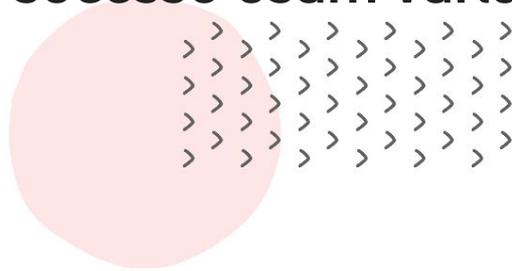
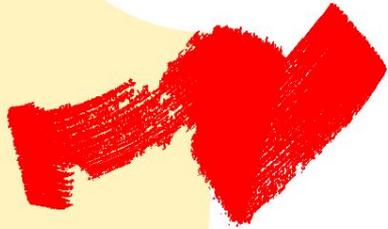
# Fontes de receita



## Como a receita de publicidade é gerada?

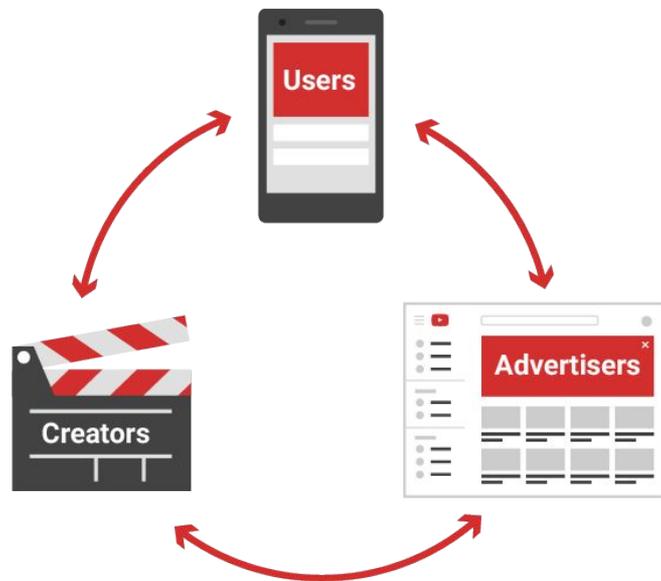


**Criadores de sucesso usam várias fontes de receita**



## O ecossistema de anúncios

**Nosso ecossistema é uma combinação única de criadores de conteúdo, usuários e anunciantes**



# Métricas de monetização

Métricas	Por que isso é importante
Receita estimada do parceiro	Fornecer uma estimativa da receita total ( <b>inclusive a de publicidade e não relacionada à publicidade</b> ) após a participação na receita.
Visualizações	As visualizações são um indicador importante do engajamento do público, mas também estão <b>intimamente ligadas ao número de impressões de anúncios</b> que o YouTube veicula para os espectadores. Embora nem sempre seja o caso, mais visualizações geralmente significa mais receita com anúncios.
Exibições monetizadas estimadas (EMPs)	Informa uma estimativa de quantas <b>visualizações tiveram pelo menos um anúncio veiculado</b> ao espectador.
Custo por mil impressões (CPM)	Custo efetivo por mil ou a receita média bruta estimada <b>por mil impressões de anúncios veiculados</b> .
Receita por mil (RPM)	Representa quanto dinheiro você ganhou por mil visualizações. Ela tem como base várias fontes de receita, inclusive: Super Chat, anúncios, Clubes dos canais, receita do YouTube Premium e Super Stickers.

# Formatos de anúncio

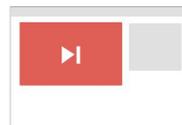
O YouTube vende, veicula e segmenta anúncios para ajudar os anunciantes a atingir metas, mas são os criadores que nos informam quais formatos de anúncios eles desejam veicular nos vídeos.

Formatos de anúncio diferentes atendem a objetivos diferentes para os anunciantes. Como resultado, eles **têm CPMs diferentes e podem ser veiculados com mais ou menos frequência.**

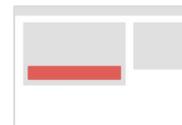
**Para otimizar sua taxa de preenchimento, recomendamos que você ative todos os formatos de anúncios nos vídeos monetizáveis.**

## Ad types

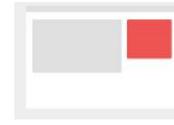
YouTube ad revenue - Last 28 days



**Anúncio in-stream pulável e não pulável:** anúncio em vídeo bumper, precedente, intermediário e final



**In-video overlay:** anúncio overlay de texto/banner no player



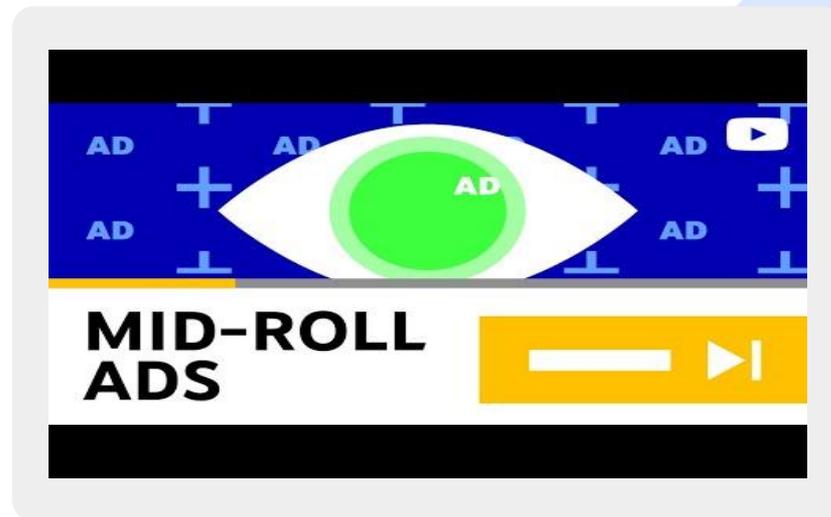
**Display:** anúncio gráfico ao lado do player

## Posições de anúncio

Além dos anúncios precedentes, anúncios intermediários são ótimos para monetizar um conteúdo longo e melhorar as chances de um ou mais anúncios serem veiculados no seu conteúdo.

Como os anúncios intermediários funcionam?

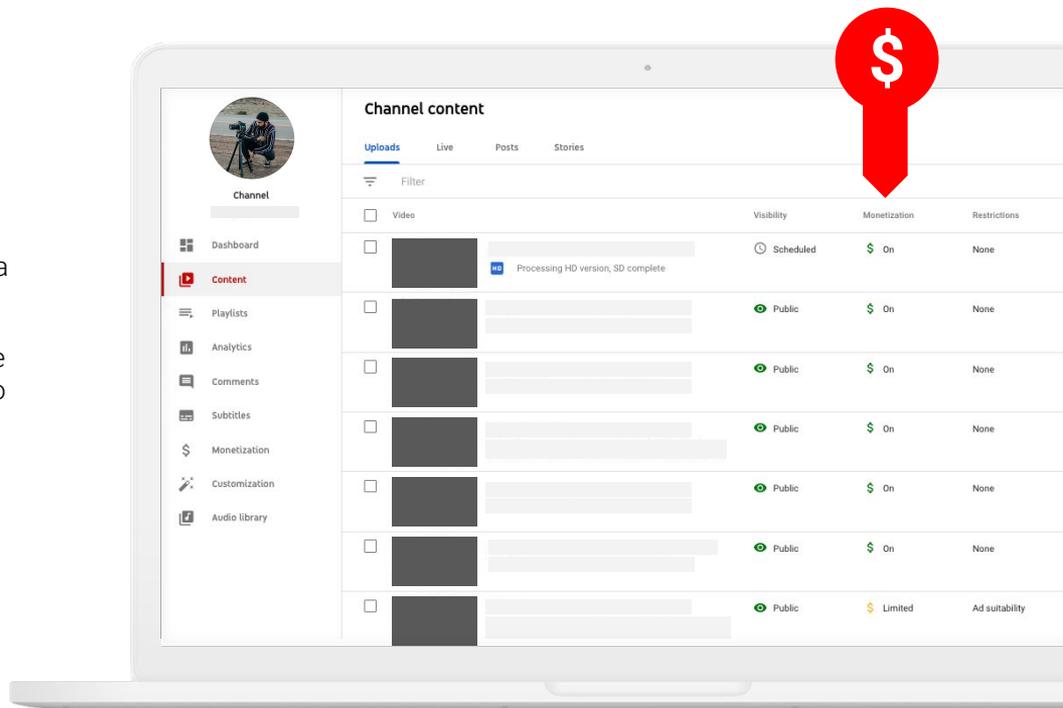
- Os vídeos precisam ter **8 minutos ou mais** para serem qualificados para receber anúncios intermediários
- Você pode escolher se quer **colocar os anúncios intermediários manualmente** ou permitir que **o YouTube os veicule automaticamente** para você
- Independentemente da sua seleção, os sistemas do YouTube preveem o melhor momento para veicular um anúncio para o espectador, **equilibrando a experiência do espectador e a geração de receita para você**



# Brand safety e restrições de anunciantes

## Possíveis ações:

- No momento do envio, se achar que seu vídeo não segue nossas diretrizes de conteúdo adequado para publicidade, marque o vídeo como não seguro para as marcas.
- **Envie seu vídeo como Não listado:** Com essa opção, nossos sistemas fazem verificações e mostram o status da monetização antes que seu vídeo fique público.
- **Se você recebeu um ícone amarelo, conteste a decisão** se achar que os vídeos foram marcados por engano e que são sim adequados para a maioria dos anunciantes.
- Entenda que **os vídeos que não atendem às nossas diretrizes de conteúdo adequado para publicidade ainda podem aparecer no YouTube**, eles só não geram tanta receita de publicidade quanto um vídeo completamente monetizado.



# Avalie sua receita de transações

Para ter acesso à **visão geral dos ganhos estimados obtidos de Produtos, Clubes dos canais, Super Chat e Super Stickers**, clique em "Receita de transação".

Embora a receita da transação não seja gerada por meio de publicidade, ela é paga na sua conta do Google AdSense, da mesma forma que a receita de publicidade normal (exceto produtos).

