

e-book

Como usar o YouTube na sua estratégia de marketing digital



SEBRAE



INTRODUÇÃO

O tempo passa e o YouTube continua sendo uma das redes sociais preferidas dos brasileiros. De acordo com um relatório elaborado pela We Are Social e Hootsuite:

- O YouTube ocupa o segundo lugar entre as redes sociais mais usadas no Brasil em 2022;
- No mundo todo, a rede possui mais de 2,56 bilhões de pessoas ativas e mais de 1 bilhão de horas de vídeos assistidos todos os dias.

Esses dados mostram a grandiosidade do público dessa rede social. Todo esse crescimento fez o YouTube deixar de ser apenas uma plataforma de compartilhamento de vídeos para se tornar uma plataforma de negócios.

Além disso, mesmo com o sucesso estrondoso do Tik Tok e a popularização dos vídeos curtos, inclusive no Instagram com os Reels (vídeos envolventes e divertidos nos quais você pode expressar criativamente a história da sua marca, informar o seu público e ser descoberto por pessoas que podem amar a sua empresa), existem muitos usuários que preferem os vídeos mais longos, e esses só a plataforma do YouTube tem para oferecer.

Isso quer dizer que investir em um canal do YouTube, que é atualmente uma das maiores potências da internet, pode ser um diferencial para alavancar a sua marca.

Se você pensa que ter um canal no YouTube e investir na produção de vídeos é apenas para grandes empresas por ser algo muito complexo, chegou a hora de você ler esse ebook e entender como estratégias certas de marketing digital no Youtube podem ajudar sua empresa a crescer ainda mais.

O QUE É O YOUTUBE

O YouTube é uma plataforma *on-line* que permite a criação e o consumo de conteúdos em vídeo via *streaming* (tecnologia de transmissão de conteúdo *on-line* que nos permite consumir filmes, séries e músicas etc.). Isso quer dizer que para assistir aos vídeos publicados não é preciso fazer nenhum tipo de *download* (baixar aquilo), basta estar conectado à internet.

O YouTube foi criado em 2005 por Chad Hurley, Jawed Karim e Steve Chen, que tinham como objetivo compartilhar vídeos de forma mais ágil. Um ano depois, o Google comprou a plataforma por US\$1,65 bilhão.

POR QUE SUA EMPRESA DEVE INVESTIR NO YOUTUBE?

O YouTube é um canal digital que oferece muitas oportunidades de negócios, seja como influencer, produtor de conteúdo ou para divulgação da sua marca.

Veja alguns bons motivos para sua empresa investir em ações estratégicas de marketing no YouTube:

- É um dos maiores buscadores do mundo;
- É gratuito;
- Possui ferramentas e funções que ajudam na divulgação do seu conteúdo;
- É estável, pois utiliza os servidores do Google;
- Ajuda no branding (conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca) , reconhecimento, credibilidade e autoridade da sua marca;
- É um canal de relacionamento com clientes e *feedbacks* (opinião expressa pelos consumidores em relação ao produto ou serviço) durante as lives (vídeos ao vivo) ou comentários dos vídeos;
- Vídeos são excelentes conteúdos para captar a atenção do seu público, pois são didáticos, de fácil compreensão, geram mais engajamento e têm vida útil mais longa;
- Grande possibilidade de o seu conteúdo viralizar, pois os vídeos são de fácil compartilhamento e a plataforma tem alcance mundial;
- Ajuda a ranquear sua marca dentro do Google e fazer com que ela seja encontrada com mais facilidade pelo usuário.



COMO CRIAR VÍDEOS NO YOUTUBE

1 - Crie um canal empresarial

A diferença do canal pessoal para o empresarial é que várias pessoas podem acessar e criar conteúdo na conta, apenas com o respectivo e-mail da empresa. Além disso, um canal comercial pode ser sincronizado com o Google Meu Negócio, Google Fotos e Google+.

Para criar sua conta, siga o passo a passo:

1. Se você já tem uma conta no Google, automaticamente, você já tem uma conta no YouTube.
2. Entre no YouTube, clique no canto superior direito e faça o login.

3. Você será redirecionado à tela de login do Google. Primeiro, precisará inserir o seu e-mail, clicar em “Próxima” e, em seguida, inserir sua senha.
4. Caso você não tenha uma conta no Google, precisará criar uma. Para isso, clique em “Mais opções” e será redirecionado à tela de criação gratuita de e-mail.
5. Depois de logado, clique em “Meu Canal”, ao lado esquerdo da tela.
6. Para criar um canal para a sua empresa, não insira seu nome e sobrenome e clique em “Usar um nome de empresa ou outro nome”.
7. Insira o nome da empresa e clique em “Criar”. Pronto! Seu canal empresarial está criado.





2 - Produza conteúdo de interesse do seu público

Sendo uma plataforma de conteúdo, nada mais importante do que utilizar as estratégias de marketing de conteúdo no seu canal para a sua audiência. Por isso, é fundamental que você conheça o seu público e desenhe a sua persona para entender as suas características e hábitos de consumo: suas motivações, dúvidas e dores.

Pense no que o seu público gostaria de ver no seu canal. Uma pesquisa do Google mostrou que os brasileiros buscam no Youtube:

- Conexão: eles buscam se identificarem e criar uma relação junto ao canal, pertencendo a uma comunidade;

- Conhecimento: eles buscam informação, atualização, aprofundamento e reflexão;
- Entretenimento: eles buscam por diversão, relaxamento, alegria, emoção;
- Identidade: eles buscam se descobrirem, se encontrarem e se inspirarem.

3 - Tenha objetivos claros

O seu vídeo busca gerar conexão, conhecimento, entretenimento ou identidade junto ao seu público? Definir os objetivos de um conteúdo ou uma série de vídeos te ajuda a ter resultados melhores e te permite avaliar posteriormente se recebeu o retorno que esperava.

Seja específico: você quer gerar tráfego para o seu site, incentivar a venda de um produto que acabou de lançar ou apenas trazer diversão para aumentar a interatividade e o engajamento da sua audiência? Pense bem e alinhe o vídeo de acordo com a sua estratégia e outras ações de marketing.

4 - Escreva um roteiro criativo

Depois de definir o seu público, persona e quais objetivos deseja alcançar, é hora de traçar o caminho para gravação do seu vídeo. Antes de gravar, escreva um roteiro.

Ele serve para que você utilize bem o seu tempo e o do cliente que está assistindo ao vídeo.

O roteiro nada mais é do que um pequeno resumo do vídeo, sequência de falas principais e as imagens que compõem essa história.

5 - Organize os recursos materiais necessários para a gravação

O que você precisa para gravar o seu vídeo? Câmera, iluminação, tripé, microfone, acessórios ou produtos que você queira mostrar durante o vídeo até a roupa que irá usar são itens essenciais em que você precisa pensar. Antes de gravar, verifique a bateria e o bom funcionamento dos equipamentos.



Os recursos humanos também são importantes nessa hora. Você conseguirá gravar sozinho ou gostaria do acompanhamento de algum funcionário, de um bom cinegrafista ou até mesmo de um amigo para te dar aquela forcinha extra na hora da gravação?

Planeje-se com antecedência para que você tenha em mãos tudo o que precisa.



6 - Tenha cuidado com a qualidade do seu vídeo

Além dos equipamentos, como uma boa câmera, o local de gravação também é um fator crucial para a qualidade do vídeo. Tenha atenção nos ruídos ao redor ou com locais muito escuros, pois isso pode prejudicar a gravação. Certifique-se também que o local de gravação compo- nha o conteúdo do seu vídeo. Vai gravar um vídeo sobre moda? Que tal usar uma loja ou um closet como loca- ção do seu vídeo? Se o seu canal for sobre gastronomia, por exemplo, uma cozinha limpa e bem arrumada conta

muito para o seu espectador. Tenha atenção aos detalhes, pois eles fazem a diferença.

7 - Dedique esforços na edição do seu vídeo

Pronto! Agora que você já gravou o seu vídeo, é hora de fazer a edição. Esse é um trabalho complexo, pois é onde você vai organizar e trazer dinâmica para o conteúdo gravado.

Você precisa criar uma transição das imagens, dar ritmo ao vídeo, incluir músicas e efeitos sonoros, inserir links para outros conteúdos e, claro, criar uma boa *thumbnail* (versões reduzidas de imagens, usadas para tornar mais fácil o processo de buscas) , mais conhecida como a miniatura de capa do seu vídeo.

Uma boa edição faz toda diferença para envolver o seu espectador e despertar nele os sentimentos e ações que você planejou lá nos seus objetivos. Dedique tempo e esforços a esse trabalho. Se você não consegue ainda fazer sozinho, você pode terceirizar essa etapa do trabalho e contratar um bom editor. Será um excelente investimento.

6 - Tenha constância nas suas publicações

Conhecendo o seu público à medida que for publicando conteúdos no seu canal, você saberá qual frequência e duração que seus vídeos devem ter. Defina isso com base

nos hábitos de consumo da audiência e também na sua capacidade de produção, para que o seu público saiba quando vai ter novidades no seu canal e possa acompanhar com mais fidelidade.



AS MELHORES PRÁTICAS E ESTRATÉGIAS DE MARKETING NO YOUTUBE

1 - Se relacione com a sua audiência, use gatilhos mentais e CTA's

Você não quer apenas publicar os vídeos, você quer engajamento, certo? Portanto, use frases de CTA's - *call to action* (chamada para ação) - estimulando os seus espec-

tadores a comentarem, curtirem, compartilharem o seu vídeo e se inscreverem no seu canal.

Você já deve ter ouvido muito essa frase: “Se você gostou desse vídeo, não se esqueça de se inscrever no canal, deixar o seu *like*, compartilhar e comentar aqui embaixo”. Esse é um exemplo clássico de CTA para gerar engajamento no seu canal. Use CTA's ao longo do vídeo e também na descrição.

Converse com eles e pergunte o que eles gostariam de assistir no seu canal e o que eles acharam do seu vídeo! E quando eles deixarem um comentário, nunca deixe de responder, mesmo que o comentário não seja o que você espera.

2 - Use estratégias de SEO para que o seu vídeo seja encontrado

O YouTube é um buscador como o Google, Bing ou Yahoo. Por isso, o seu conteúdo precisa ser otimizado para aparecer logo nos primeiros resultados de buscas e ser facilmente encontrado pelo usuário.

Isso você consegue fazer utilizando técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*).



As principais técnicas de SEO que você pode usar no YouTube são:

- **Pesquisa de palavras-chave:** serve para você identificar quais termos devem ser trabalhados no seu conteúdo. Para isso, você pode usar ferramentas como o [Keyword Planner](#) do Google Ads, o [Keyword Tool](#) e o próprio [Google Analytics](#), no relatório sobre palavras-chave que levam até o seu site. Suas palavras-chave precisam aparecer no seu vídeo: no título, na descrição e nas legendas.
- **Título e Descrição:** o título deve ser atrativo e informativo. Deve dizer exatamente o que o usuário vai encontrar ao assisti-lo. Já a descrição deve trazer mais detalhes, incluir CTAs e links para outros conteúdos.

- **Nome do arquivo:** edite o nome do arquivo de vídeo antes de subi-lo para a plataforma.
- **Tags:** Google usa as tags para associar o seu conteúdo às buscas dos usuários e recomendá-los nas sugestões de vídeos relacionados.
- **Legendas e transcrições:** as pessoas assistem mais aos vídeos com legendas. Elas permitem que o espectador acompanhe o vídeo mesmo sem o áudio. Isso também faz com que o YouTube entenda melhor o seu conteúdo e ajuda a ranquear o seu vídeo no Google.

4 - Divulgue os seus vídeos e integre o YouTube com seus outros canais digitais

Use outros canais para divulgar o seu vídeo para ampliar a sua audiência e fazer uma comunicação de forma integrada. Você pode compartilhá-lo no Facebook, no Instagram, no seu site ou blog, no e-mail marketing e em anúncios, por exemplo.

5 - Faça parcerias com influenciadores

Você sabia que, depois de familiares e amigos, os youtu-

bers são os principais formadores de opinião? Fazer parcerias é uma excelente estratégia para micro e pequenas empresas, pois a sua marca aproveita a proximidade, credibilidade e poder de influência que eles têm com a audiência para se conectar com as pessoas.

A parceria pode ser feita assim: sua empresa propõe um conteúdo específico no canal do youtuber, com a intenção de aproveitar o seu alcance orgânico ou sua empresa propõe ao influenciador a produção de um conteúdo para o próprio canal da empresa, aproveitando a imagem do influenciador e atraindo a sua audiência.

6 - Anuncie em outros canais do YouTube

Aproveite a audiência de outros canais aos quais seu público se interessa e anuncie nesses canais. Com isso, você tem mais uma opção de divulgação, aproveitando todo o poder de segmentação, alcance e engajamento.

7 - Monetize o seu canal

Tendo mais de 1000 inscritos, mais de quatro mil horas de exibição pública nos últimos 12 meses e cumprindo as diretrizes de conteúdo do YouTube, o seu canal pode ser uma fonte de renda direta. Basta você fazer a adesão ao Programa de Parcerias do YouTube (YPP, sigla em inglês), que permite ganhar dinheiro com a publicação dos seus vídeos.

8 - Interaja em outros fóruns, canais e comunidades

Essa também é uma excelente forma de divulgar seus vídeos. Não force a barra e saia comentando em qualquer coisa. Interaja de forma relevante, quando você realmente puder ajudar aqueles integrantes do grupo. Dessa maneira, a sua marca entra nas conversas oferecendo algo de valor para as pessoas.

9 - Faça *playlists*

Playlists (conjunto de vídeos) facilitam a vida do usuário. Com elas, eles podem assistir direto a uma sequência de conteúdos sobre determinado assunto, em vez de perder tempo procurando os vídeos que interessam a eles entre centenas de outros conteúdos.





OS MELHORES TIPOS DE CONTEÚDO PARA YOUTUBE

Vídeos explicativos com dicas da sua área de atuação

Da mesma forma que muitas pessoas utilizam o Google para pesquisar soluções para problemas, elas também o fazem no YouTube. Por isso, grave um vídeo sobre um assunto que você domina em uma linguagem simples e acessível para qualquer pessoa e ajude a sua audiência a resolver problemas comuns.

Resenhas de produtos

Ideal para quem vende produtos. este tipo de vídeo, você oferece ao espectador suas opiniões e observa-

ções detalhadas sobre um produto, o que ajuda muitas pessoas que estão na dúvida entre comprar ou não certo produto.

Vídeos “Faça Você Mesmo”

Se você tem alguma habilidade manual, como artesanato, gastronomia e reformas de móveis e casas, esse tipo de vídeo é para você. Tutoriais são uma excelente forma de ganhar a confiança e credibilidade do seu público. Ajudá-los pode fazer com que eles queiram retribuir o favor e comprar algum produto seu posteriormente.

Listas

Conteúdo queridinho do público do YouTube e fácil de produzir. Basta elencar, dentro da sua área de atuação, coisas que são de interesse do seu público. Se a sua área é alimentação natural, por exemplo, você pode listar “Os 10 alimentos mais saudáveis e indispensáveis para a sua dieta”. Use e abuse da criatividade.

Perguntas e respostas

Aproveite esse tipo de vídeo para se aproximar da sua audiência e responder aquelas perguntas mais frequentes nos comentários dos seus vídeos. Você também pode anunciar que fará esse tipo de vídeo e abrir um espaço específico para receber perguntas.

Entrevistas

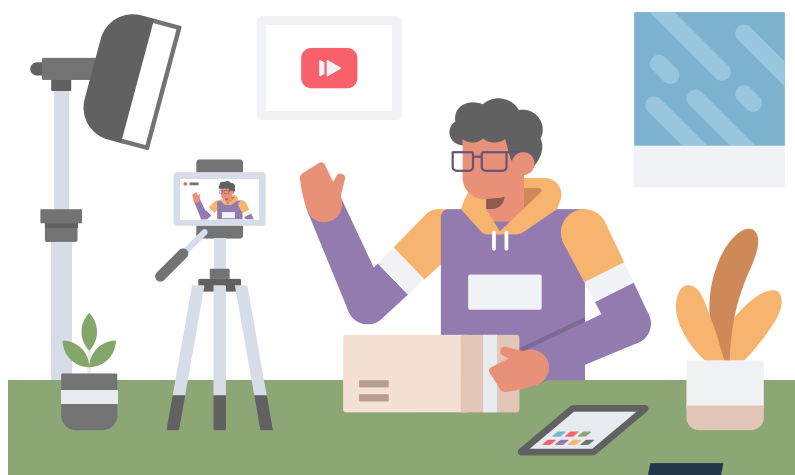
Convide para o seu canal pessoas que tenham conteúdos de qualidade para compartilhar com a sua audiência. Assim você oferece conteúdo de alto valor para seus espectadores e, ainda, atrai novos inscritos.

Depoimentos de clientes e colaboradores

A opinião dos seus clientes sobre o seu produto ou serviço ajuda o seu *prospect* (pessoa que mostrou interesse pelos seus produtos ou serviços) a tomar uma decisão de comprar o seu produto. O depoimento dos seus colaboradores, que vivem o dia a dia da sua marca, fortalece a reputação da sua empresa.

Transmissões ao vivo - Lives

Aproveite todos os formatos citados acima e entregue ao vivo. Este formato tem grande apelo junto ao público, pois desperta o gatilho da escassez e da urgência junto aos espectadores. Quem assiste a um vídeo seu ao vivo quer pertencer à sua comunidade.





REFERÊNCIAS

<https://www.escoladeecommerce.com/artigos/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

<https://blog.youtube/>

<https://marketingmestre.com/estatisticas-usuarios-youtube/>

<https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-do-youtube/>

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-no-youtube/#:~:text=Para%20ter%20sucesso%20com%20o,no%20seu%20canal%20C%20por%20exemplo.>

<https://www.surfedigital.io/blog/voce-sabe-realmente-fazer-marketing-no-youtube>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-aplicar-estrategias-de-marketing-digital-no-seu-canal-do-youtube,4836fd582fb53810VgnVCM-10000od701210aRCRD>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/>

[como-usar-o-youtube-para-gerar-negocios,71814052f-8362810VgnVCM10000od701210aRCRD](https://www.youtube.com/watch?v=71814052f8362810VgnVCM10000od701210aRCRD)

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-os-videos-podem-aumentar-suas-ventas-nas-redes-sociais,ba30d51c3bb81810VgnVCM10000od701210aRCRD>

<https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/>

<https://www.conrado.com.br/youtube-marketing/>



/sebrae



/tvsebrae



@sebrae



@sebrae