

1. Recursos adicionais e a importância de segmentar.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar para os alunos como utilizar uma plataforma fantástica com o Youtube e como criar um canal é um plus para o seu currículo e para sua vida pessoal.

Pessoal, nesta aula iremos aprender como ativar alguns recursos no seu canal, como miniaturas personalizadas, enviar vídeos com mais de 15 minutos, entre outros recursos. Vamos conhecer a segmentação de mercado, um importante assunto para alcançar mais público e mantê-lo.

1.1. Sobre o link Canal

Este link possui diversas opções a serem exploradas.

Na opção Status e recursos, vamos poder ativar diversos recursos, como Geração de receita, Transmissão ao vivo, Vídeos mais longos, entre outros que iremos explicar. Eles irão ajudar a ampliar o alcance do seu canal.

Em primeiro lugar é necessário verificar sua conta. Nesse caso não pode haver problemas com direitos autorais de conteúdo nem violações das diretrizes da comunidade. Não faça nada que seja desonesto.

Status e recursos



de casa porto

✓ Verificar

Veja alguns recursos que nós ativamos.

Enviando Você pode fazer envios. Saiba mais Ativado	Geração de receita A inscrição foi enviada e está em análise. Saiba mais Não ativado	Transmissão ao vivo Você pode transmitir ao vivo. Saiba mais Ativado	Incorporar transmissões ao vivo Você pode incorporar transmissões ao vivo. Saiba mais Ativado
Vídeos mais longos Agora, você pode enviar vídeos com mais de 15 minutos. Saiba mais Ativado	Vídeos não listados e privados Permite ter vídeos não listados e privados. Saiba mais Ativado	Miniaturas personalizadas Escolha a miniatura enviando seu vídeo. Saiba mais Ativado	Anotações externas Permite vincular anotações a sites externos ou parceiros de merchandising. Saiba mais Ativado

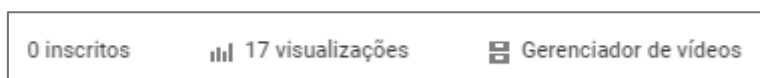
Para fazer uma transmissão ao vivo (live) é necessário ativar este recurso. Imagine que você esteja participando de uma palestra e tem interesse em transmiti-la. Nesse caso esta opção deve estar ativa.

Agora imagine que você foi em um determinado evento e gravou alguns momentos dele para depois postar no seu canal. Caso a gravação tenha sido acima de 15 minutos, é necessário ativar o recurso “Vídeos mais longos”.

As miniaturas personalizadas vão deixar o seu vídeo mais chamativo para o público. Miniaturas são pequenas figuras que permitem com que as pessoas tenham uma real noção do que se trata seu vídeo. Funcionam como pequenos anúncios de marketing para eles (vídeos) e são capazes de atrair os espectadores ao conteúdo, induzindo-os a clicarem para assistirem.

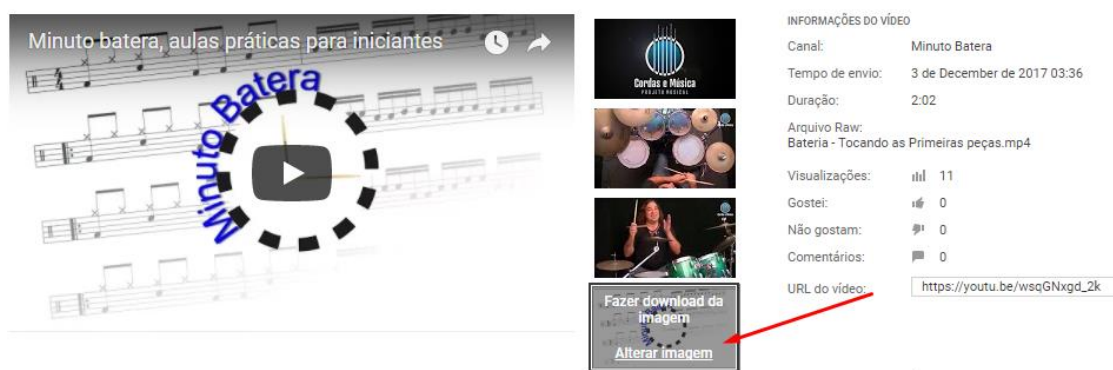
Existem duas situações. Na primeira, você vai inserir um vídeo e em seguida colocar a miniatura. Na outra situação, você irá inserir uma miniatura em um vídeo que já esteja carregado em sua página do Youtube.

A única diferença, neste caso, é que você, após fazer o login em sua conta do Youtube, terá que clicar em “Meu canal” no canto superior esquerdo da tela.



Em seguida clique em “**Gerenciador de vídeos**” na parte central.

Ao lado dos vídeos clique no botão **Editar**.



Aqui podemos alterar a imagem do vídeo.

2. Segmentação de mercado

Sobre a segmentação de campanhas de vídeo.

Os anúncios em vídeo são exibidos no YouTube e na Web por meio da Rede de Display do Google. Com mais de um bilhão de usuários, o YouTube está disponível em mais de 70 países e mais de 60 idiomas, oferecendo conteúdo de qualidade produzido em todo o mundo. A Rede de Display alcança mundialmente mais de 90% dos usuários da Internet por meio de dois milhões de sites e aplicativos (fonte: comScore).

Ao segmentar seus anúncios em vídeo no YouTube e na Rede de Display, você pode anunciar para consumidores em momentos importantes. Com uma ampla variedade de métodos de segmentação disponíveis, como grupos demográficos, interesses, canais e listas de remarketing, é possível alcançar públicos-alvo específicos ou de nicho com base em quem eles são, quais seus interesses e que conteúdo visualizam.

Métodos de segmentação disponíveis para anúncios em vídeo

Veja os métodos que você pode usar para segmentar seus anúncios em vídeo. Estes métodos de segmentação são adicionados no nível do grupo de anúncios. É importante saber que cada método de segmentação adicionado restringe a segmentação em vez de ampliá-la.

Com os métodos de segmentação por público-alvo, você pode definir quem deseja alcançar. As opções incluem:

Grupos demográficos: selecione o sexo, a idade, o status parental ou a renda familiar do público-alvo que você quer alcançar.

Interesses: Escolha entre as categorias de público-alvo disponíveis para alcançar pessoas interessadas em determinados tópicos, até mesmo quando elas acessarem páginas sobre outros tópicos. Saiba mais sobre públicos-alvo.

Públicos-alvo de afinidade: Aumente o reconhecimento da marca e impulse a consideração com seus anúncios em vídeo alcançando pessoas que já têm um forte interesse em tópicos relevantes.

Públicos-alvo de afinidade personalizados: Com os públicos-alvo de afinidade personalizados, você pode criar públicos-alvo mais adequados às suas marcas, em comparação com nossos públicos-alvo de afinidade amplos, como na TV. Por exemplo, em vez de alcançar fãs de esportes, uma empresa de tênis de corrida pode optar por alcançar corredores de maratonas dedicados.

Eventos importantes: alcance clientes em potencial no YouTube e no Gmail quando o comportamento de compra e as preferências de marca mudarem durante os marcos da vida, como se mudar, se formar na faculdade ou se casar.

Públicos-alvo no mercado: selecione opções entre esses públicos-alvo para encontrar clientes que estão pesquisando produtos e considerando ativamente a compra de um produto ou serviço como aqueles que você oferece.

Remarketing de vídeo: alcance usuários com base nas interações anteriores deles com seus vídeos, anúncios TrueView ou canal do YouTube. Se você já tiver vinculado sua Conta do Google à sua conta do Google AdWords, criaremos listas personalizadas automaticamente. Saiba mais sobre listas de remarketing para usuários do YouTube.

Com os métodos de segmentação para a Rede de Display, você pode definir onde deseja exibir seus anúncios. As opções incluem:

Canais: segmente vídeos, aplicativos, sites ou canais únicos em sites. Por exemplo, é possível segmentar todo um blog com alto tráfego ou apenas a página inicial de um site de notícias conhecido. Os canais podem incluir:

canais do YouTube;

vídeos do YouTube;

websites na Rede de Display;

3. Exercícios de conteúdo

Olá, seja bem-vindo a nossa área de exercícios. Desenvolvemos uma série de atividades para que você domine todo conteúdo abordado nesta aula. É muito importante você fazer todos os exercícios e, qualquer dúvida, chame o seu instrutor.

- 1) Para ativar os recursos do canal qual é o botão que devemos selecionar.
- 2) Qual o botão que deve ser selecionado para inserir uma miniatura personalizada.
- 3) Qual a finalidade das miniaturas personalizadas?
- 4) Para identificar seu público por sexo ou idade, qual o link que você deve selecionar?
- 5) Para você qual é a importância de segmentar?



CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR