



OURO MODERNO
ensino dinâmico

Sumário

1. Youtuber primeiros passos.....	4
1.1. Criando um e-mail.....	4
1.2. Como criar um e-mail.....	4
1.3. Exercícios de Conteúdo	7
2. Criando o logo e configurando o seu canal.....	8
2.1. Adobe Illustrator	8
2.2. Exercícios de Conteúdo	11
3. Recursos adicionais e a importância de segmentar.....	12
3.1. Sobre o link Canal.....	12
3.2. Segmentação de mercado.....	13
3.3. Exercícios de conteúdo	15
4. Montar um cenário	16
4.1. Dicas de cenário	16
4.2. Iluminação.....	16
4.3. Montar o cenário do seu tutorial vídeo.	17
4.4. Quais tipos de mídia no meu vídeo?.....	17
4.5. Exercícios de conteúdo	18
5. Remover ruídos do áudio e aplicar efeitos.	19
5.1. Remover ruídos do áudio.....	19
5.2. Aplicar efeitos no vídeo.....	20
5.3. Como funciona:	21
5.4. Exercícios de conteúdo	24
6. SEO e Ganhar Inscritos.....	25
6.1. Sobre SEO.....	25
6.2. Conheça seu público faça inscritos	26
6.3. Exercícios de conteúdo	29
7. Fidelizar o público.	30
7.1. Fidelizar o público	30
7.2. Como atrair seus inscritos.....	30
7.3. Transforme-se em uma celebridade online	31
7.4. - Use o Youtube para compartilhar seu conhecimento	31
7.5. Use seu canal para criar uma demonstração do produto ou serviço	31
7.6. Crie vídeos instrutivos.....	31
7.7. Compartilhe vídeos de palestras e apresentações que você deu ou participou	32

7.8.	Conte a sua história e a história da sua empresa.....	32
7.9.	Crie uma chamada de ação no final de cada vídeo.....	32
7.10.	Exercícios de conteúdo.....	33
8.	Fazer sucesso e manter o público.	34
8.1.	Fazer sucesso com o seu canal.....	34
8.2.	Google AdWords	36
8.3.	Exercícios de conteúdo	37
9.	Monetização e Google AdSense.....	38
9.1.	Monetização.....	38
9.2.	Como funcionava a monetização no YouTube?	38
9.3.	Por que mudou?	39
9.4.	O que mudou?	39
9.5.	Google AdSense	40
9.6.	O que é o Google AdSense?	40
9.7.	O Que É O Google AdSense? Como Funciona Isso? Quanto Paga?	40
9.8.	Youtube	40
9.9.	Vale A Pena Trabalhar Com O Google AdSense?	40
9.10.	Exercícios de conteúdo.....	42
10.	Criando uma live.....	43
10.1.	Criando uma live.....	43
10.2.	Exercícios de conteúdo.....	46

1. Youtuber primeiros passos

Seja bem-vindo ao curso de Youtuber. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

Nesta aula vamos aprender como criar o nosso canal e conhecer as configurações disponíveis.

1.1. Criando um e-mail

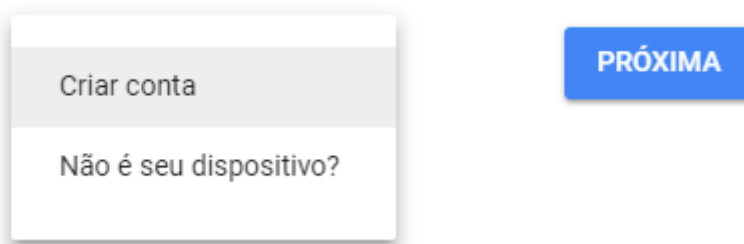
O desenvolvimento de um e-mail é fundamental para criar o seu canal, e o Gmail será usado como exemplo.

Com uma Conta do Google, você pode assistir e marcar vídeos como "Gostei", além de se inscrever em canais. No entanto, sem um canal do YouTube você não terá qualquer presença pública nele. Mesmo se tiver uma Conta do Google, você precisará criar um canal do YouTube para enviar vídeos, comentários ou criar playlists. Você pode usar um computador ou o site do YouTube para dispositivos móveis para criar um novo canal.

1.2. Como criar um e-mail

1) Acesse o endereço do Gmail, digitando: www.gmail.com.br









2) Clique no botão Mais opções e selecione **Criar conta**.



A próxima etapa é preencher um formulário. Veja o modelo.


Você só precisa de uma conta

Uma conta gratuita dá acesso a tudo o que o Google oferece.

Leve tudo com você

Troque de dispositivo e continue de onde parou.



Nome

Nome Sobrenome

Escolha seu nome de usuário

@gmail.com

Criar uma senha

Confirme sua senha

Data de nascimento

Dia Mês Ano

Sexo

Sou do sexo...

Celular

+55

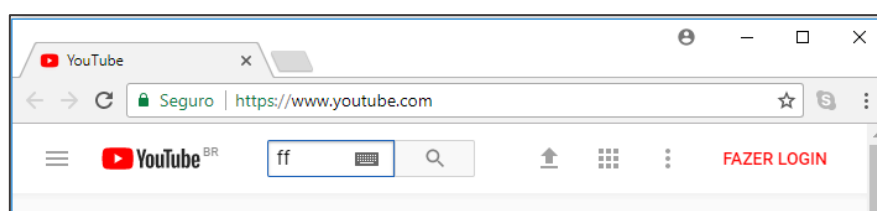
Seu endereço de e-mail atual

Local

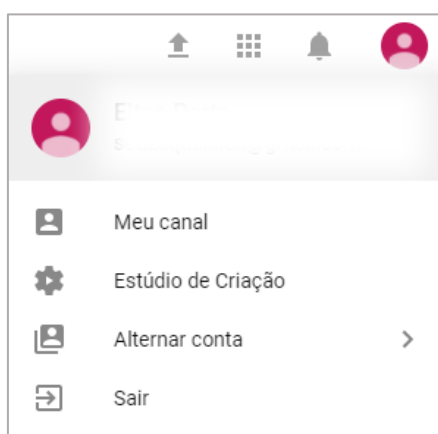
Brasil

[Próxima etapa](#)

Depois de se cadastrar, podemos acessar o **Youtube** e fazer o **login**. Acesse www.youtube.com.



Para criar o canal, clique no botão de controle e selecione a opção **Meu canal**.

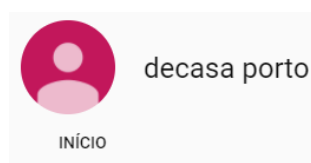


Ao entrar na opção **“Meu canal”**, uma caixa de diálogo surgiu com as opções de definir o nome.

Nesta caixa de diálogo, definimos o nome do nosso canal, por isso é extremamente importante você pensar muito bem em um nome, estudar bem o segmento e pesquisar outros canais.

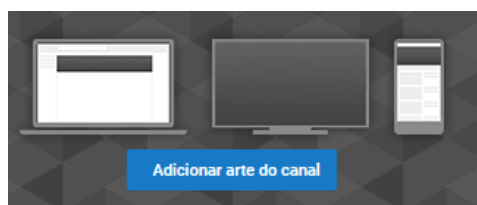
Quando o botão **Criar canal** for pressionado, será dado início o seu canal e serão definidas várias configurações neste momento.

O ícone do seu **avatar** já pode ser alterado e, como foi visto na aula, podemos criar o nosso logo. Usamos o Adobe Illustrator, um ótimo software de criação de logotipos.



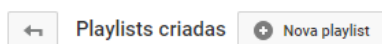
PERSONALIZAR O CANAL

O botão **“Personalizar o canal”** permite ajustar configurações como adicionar uma capa para o canal e ainda explorar diversas opções no menu de navegação.



O link **Vídeos** permite fazer uploads para o seu canal.

No link **Playlists**, podemos adicionar ou editar títulos e descrições, além de reorganizar ou remover vídeos de uma playlist.



No link **Canais**, você vai acessar sua lista de canais inscritos.

No link **Discussão**, você pode responder seus inscritos.

ESTÚDIO DE CRIAÇÃO

Através deste recurso, encontramos diversas opções de configuração.

Painel: veja se há notificações e alertas do YouTube, incluindo atualizações mais recentes, estatísticas e avisos para sua análise.

Gerenciador de vídeos: organize e atualize seus vídeos em um só lugar ou selecione um vídeo específico e defina as configurações individualmente. Use ferramentas para otimizar um vídeo, ajustar suas configurações ou fazer alterações em massa em vídeos com um único clique.

Transmissão ao vivo: Transmita ao vivo. A qualquer momento. Por qualquer motivo.

Comunidade: interaja e colabore com seus fãs e outros criadores de conteúdo. Analise e responda comentários, leia mensagens privadas, assista os vídeos em que você foi mencionado nos créditos ou analise a lista de inscritos caso seu canal tenha pelo menos mil inscritos.

Canal: ajuste as configurações que afetam o canal como um todo. Por exemplo, a inscrição para geração de receita, o controle dos padrões de envio ou a ativação do recurso de transmissão ao vivo.

Analytics: analise o desempenho e o desenvolvimento do seu canal. Acesse relatórios e dados que ajudam a avaliar o desempenho dos seus vídeos e do seu canal, incluindo visualizações, inscritos, tempo de exibição, receita para parceiros e muito mais.

Criar (Biblioteca de áudio e Política de músicas): acesse a Biblioteca de áudio para criar e adicionar efeitos sonoros e músicas exclusivas.

1.3. 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) Qual o software indicado para você criar o seu avatar?
- 2) Qual a finalidade do botão Personalizar o Canal?
- 3) Para fazer uso de efeitos sonoros, qual o link que devemos acessar?
- 4) Para organizar e atualizar seus vídeos, devemos acessar qual link?
- 5) Para poder ter o seu canal você deve ter uma conta aonde?

2. Criando o logo e configurando o seu canal

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

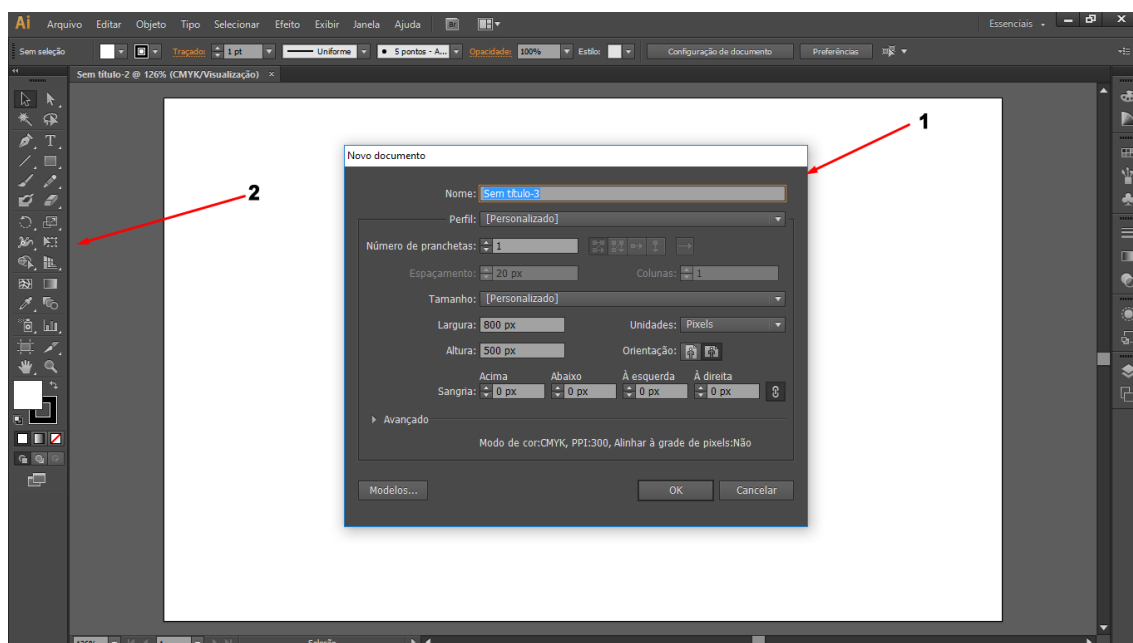
Nesta aula vamos conhecer algumas funções do programa utilizado para criar o logotipo e a capa do canal, o Illustrator, e ainda conhecer outras configurações disponíveis.

2.1. Adobe Illustrator

O Adobe Illustrator é um editor de imagens vetoriais desenvolvido e comercializado pela Adobe Systems.

Quando abrimos o programa, uma caixa de diálogo chamada novo é exibida para ser configurada. Informações, tais como: o nome do documento, o tamanho da página e algumas dimensões.

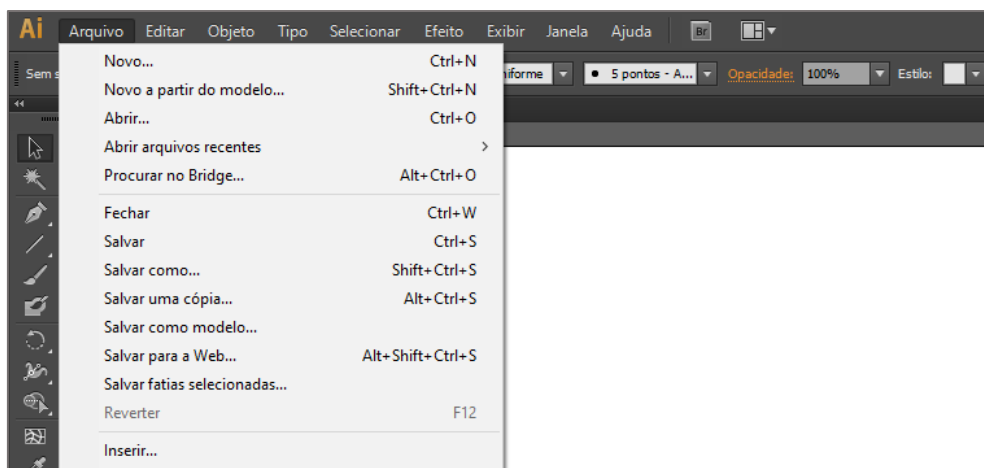
Uma **barra de ferramentas** no canto esquerdo da janela.



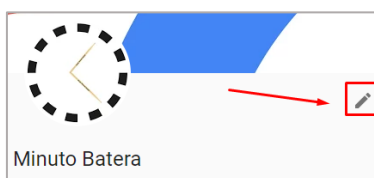
O número 1 representa uma janela com configurações iniciais onde definimos o nome do documento, o tamanho da página e as margens.

O número 2 representa a barra de ferramentas. Possui diversas opções para você poder criar vetores.

Alguns pontos principais para a aula é saber inserir uma imagem. Através do menu Arquivo, selecionamos a opção Inserir.

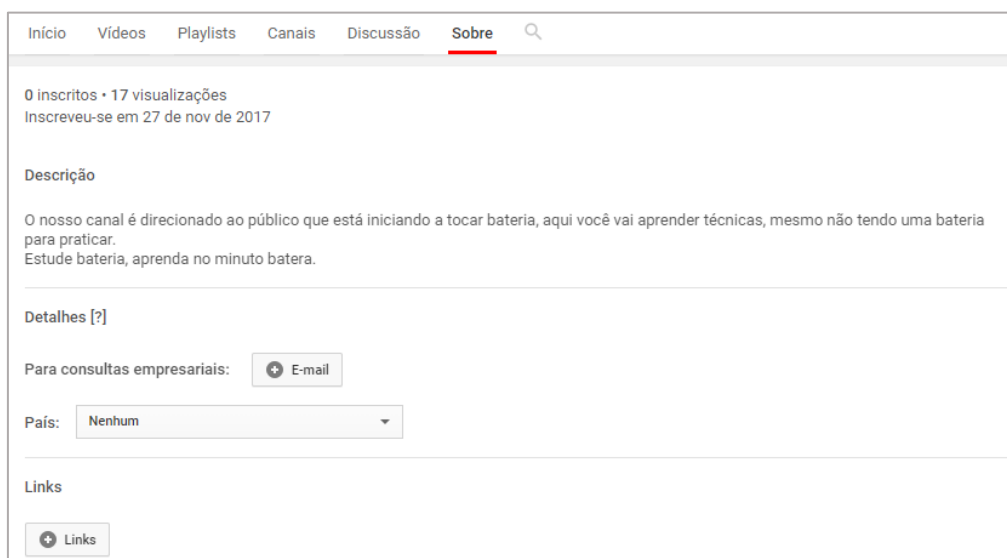


Com a imagem modelo e os vetores, podemos criar o nosso logo e usá-lo no nosso avatar.



Definindo a descrição do canal.

Através do link “Sobre”, podemos definir uma descrição para o canal, e-mail, País e link.



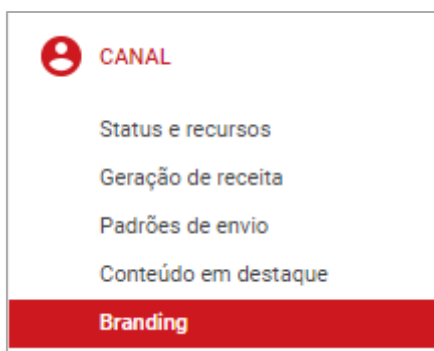
Para organizar nossos vídeos, clique no botão Gerenciador de vídeos. O número 1 permite criar uma Playlist, ou seja, criar uma lista dos seus vídeos e ainda organiza-los.

O número 2 permite criar uma Nova playlist.

O número 3 permite editar um vídeo.



Para inserir uma marca d'água em nossos vídeos, devemos clicar na opção Canal e na opção Branding.



2.2. 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) O que a opção Branding permite fazer em um vídeo?
- 2) Qual link devemos clicar para definir uma descrição para o canal?
- 3) Para inserir uma imagem no Adobe Illustrator, acessamos qual o menu?
- 4) Para que os fãs comentem seus vídeos, devemos ativar qual opção?
- 5) Para que o seu vídeo seja exibido devemos clicar no botão?

3. 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.

3.1. 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

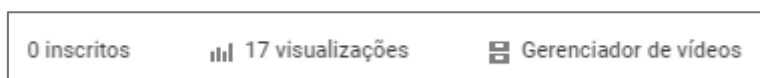
Para fazer uma transmissão ao vivo (live) é necessário ativar este recurso. Imagine que você esteja participando de uma palestra e tem interesse em transmiti-la. Nesse caso esta opção deve estar ativa.

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.

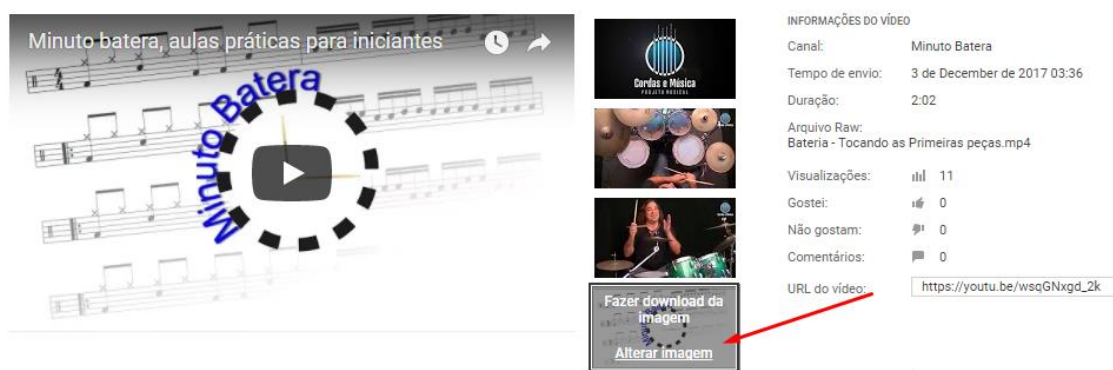
Existem duas situações. Na primeira, você vai inserir um vídeo e em seguida colocar a miniatura. Na outra situação, você irá inserir uma miniatura em um vídeo que já esteja carregado em sua página do Youtube.

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.

3.2. 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;

3.3. 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?

4. Montar um cenário

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.

Nesta aula iremos aprender algumas dicas sobre como criar o seu cenário. Lembre-se que você pode utilizar qualquer espaço dentro da sua casa, o importante é deixar o local com um bom aspecto.

Destacaremos o uso de iluminação, cortina, isopor, papelão, diversos materiais que muitas vezes você pode ter em casa ou, se for comprar, não precisará investir muito.

Da mesma forma que você cria um cenário aí na sua casa, no computador você vai dispor de recursos para criar um ambiente e produzir seu tutorial.

4.1. Dicas de cenário

Minha primeira dica é você criar um espaço de acordo com o seu tema, tente chegar o mais próximo possível, por exemplo, se o seu canal é sobre o Batman, tente criar um ambiente que lembre o Batman. Pegue itens que você tem, como revista em quadrinhos, boneco, capa, sinto de utilidades, qualquer coisa que faça lembrar do herói.

Respeite seu público. Mesmo que você não tenha um cenário ou dinheiro para investir, procure organizar o local onde você vai gravar, deixe o ambiente adequado, porque o seu público merece respeito.

4.2. Iluminação

Quem produz ou quer começar a produzir conteúdos audiovisuais precisa ter bastante cuidado com um ponto em específico: a iluminação para vídeo.

Uma cena mal iluminada, além de passar a impressão de falta de conhecimento e cuidado técnico com a gravação, pode estragar a experiência de visualização de seus usuários e impactar negativamente sua estratégia de comunicação.

Afinal, assim como falhas no áudio, uma iluminação precária pode comprometer a compreensão de seus conteúdos e fazer com que a audiência perca o interesse por aquilo que está assistindo ou que não está conseguindo assistir.

E você pode utilizar lâmpadas, lanternas e um bom fundo, seja uma parede pintada ou arrumada com tecidos, isopor, vale a sua criatividade nesta hora.

4.3. Montar o cenário do seu tutorial vídeo.

Material de captação e gravação de som e imagem: micro, spots de luz, câmera, celular com câmera integrada ou webcam PC.

Softwares: Software de aquisição, de edição de vídeo (Windows Movie Maker, vídeo fácil, vídeo de luxo...). Leia aqui a nossa comparação: Teste Comparativo ou Stupefy, ou ainda JayCut (em português).

Se você faz tutoriais sobre assuntos da informática ou da Web, pode servir-se de um software de captura de tela. Ele capta a sua tela (movimento do mouse, abrir janelas ...). Os softwares mais conhecidos são ScreenToaster Camtasia ou Camstudio.

Tutorial: Filmar sua tela

Um tema e um cenário: defina o assunto e seus limites; organize os passos do vídeo como um roteiro de filme. Para ter sucesso, escreva algumas linhas sobre o tutorial que você quer proporcionar como informação e seu perímetro.

Um tutorial é realmente construído passo a passo, em ordem cronológica. Você deve definir os cortes e, em seguida, para cada etapa, decidir o que você vai mostrar no vídeo, escreva o texto falado (se necessário), preveja o início e o fim de cada etapa.

Antes das etapas de implementação, preveja também uma passagem para lembrar os equipamentos necessários, o nível de "estudantes", as precauções do uso e as contra indicações.

Após a conclusão das etapas, forneça um resumo geral, um lembrete rápido de todas as fases.

4.4. Quais tipos de mídia no meu vídeo?

A questão deve ser colocada com antecedência, juntamente com o desenvolvimento do cenário.

Para mostrar um gesto, uma ação, um movimento de vídeo: o vídeo, é claro.

Para mostrar a posição, o ângulo, um resultado final, uma ferramenta ou equipamento (estática): a foto.

Para deixar claro a definição, o nome de uma ferramenta ou do software, indicar o título do vídeo ou as várias fases...: a sobreposição de texto, a animado ou não. Caracteres grandes a serem privilegiados.

Para explicar, acompanhar, comentários, animar os vídeos: a voz, gravada através de um microfone.

Para animar, humanizar, tornar mais agradável o vídeo: música (atenção com os direitos autorais) ou os barulhos do ambiente.

4.5. 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) Dê uma dica para criar um bom cenário
- 2) A iluminação é um fator importante? Explique:
- 3) Cite pelo menos um software para edição dos seus vídeos.
- 4) Quando pensar em uma música tome cuidado com?
- 5) Cite um software para captura de tela

5. Remover ruídos do áudio e aplicar efeitos.

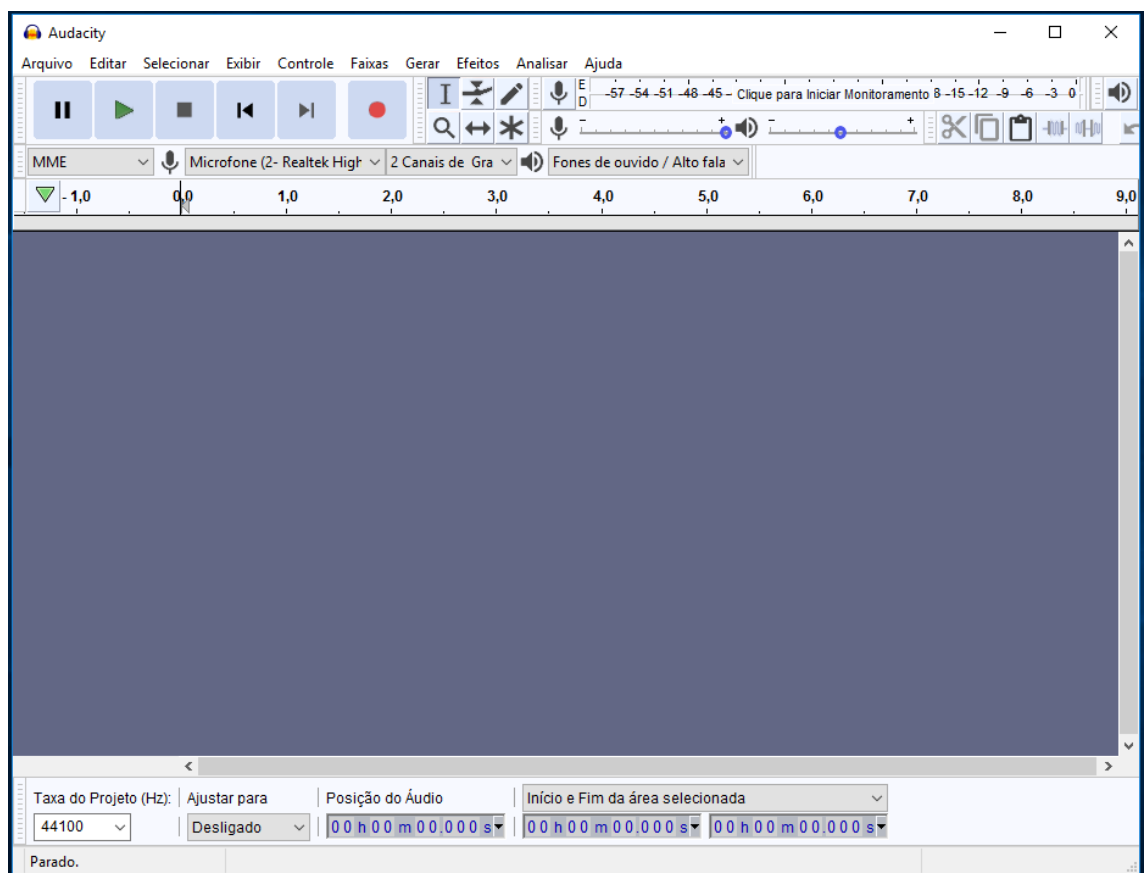
6. Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos alunos como utilizar uma plataforma fantástica com o Youtube e como criar um canal é um plus para o seu currículo e para sua vida pessoal.

Nesta aula vamos aprender a remover os ruídos do áudio e criar alguns efeitos no seu vídeo.

Quando gravamos, mesmo em uma sala sem barulhos externos, sempre tem ruídos.

5.1. Remover ruídos do áudio

Para melhorar o áudio, estaremos utilizando um programa chamado Audacity.

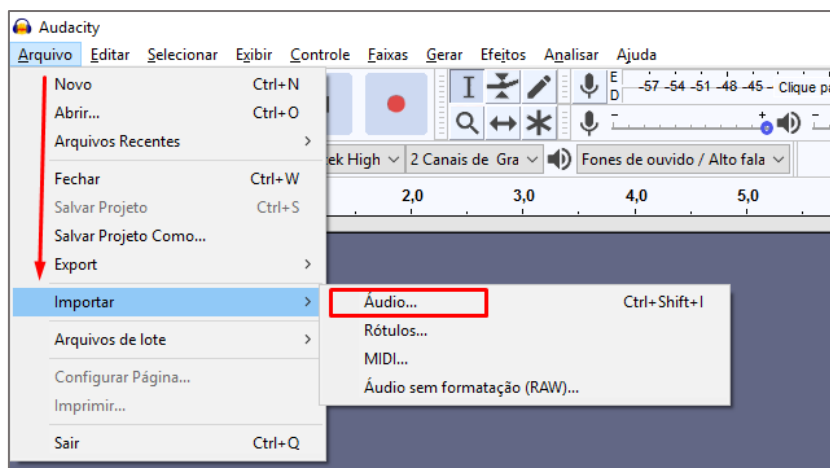


Lembre-se que você vai precisar de um microfone para gravar e pode ser usado até mesmo o seu celular.

O programa Audacity também possui um recurso para gravar, uma barra de ferramentas própria.

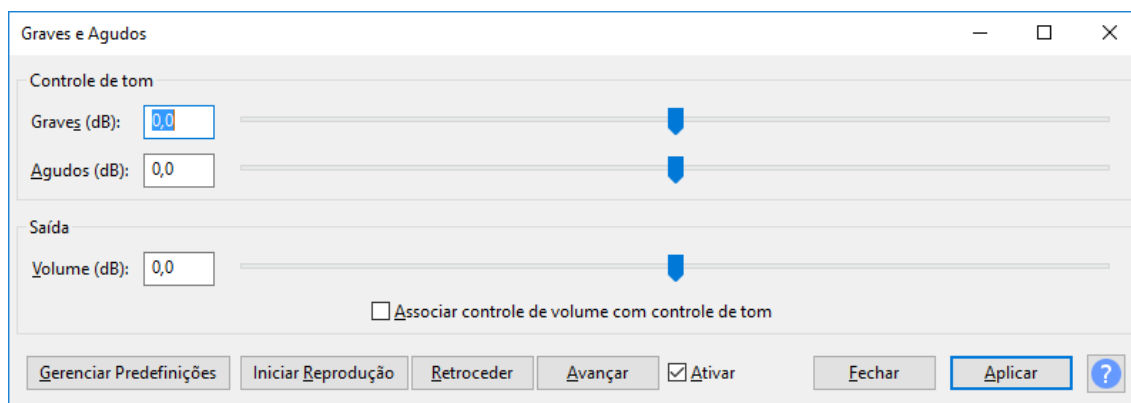


Para abrir um arquivo MP3, clique no menu Arquivo/ Importar/ Áudio.



Para reduzir os ruídos de ambiente no seu áudio, clique no menu **Efeitos** e selecione a opção **Redução de Ruído**.

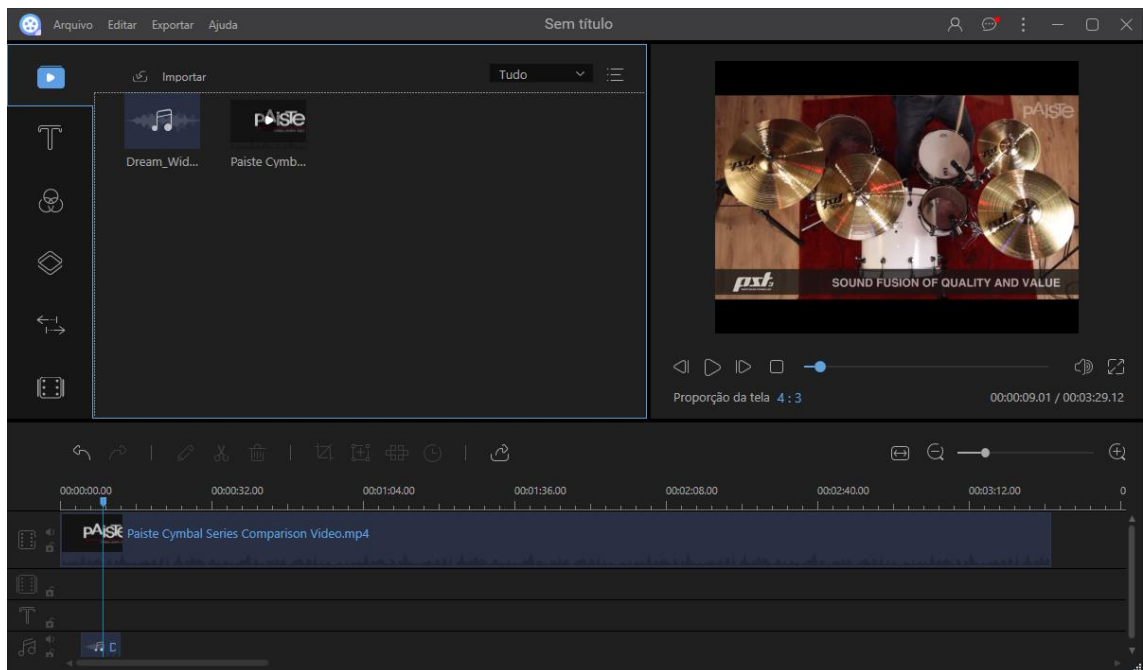
Ajustando grave e agudo. Acesse o menu **Efeitos** e selecione a opção **Graves e Agudos...**



Existe uma série de recursos para você explorar dentro do menu Efeitos. Fique a vontade e pesquise na Internet mais sobre este programa.

5.2. Aplicar efeitos no vídeo

Com o Apowersoft fica fácil criar seus próprios vídeos profissionais ou filmes com momentos – e tudo com vários efeitos visuais e sonoros. Vídeos criados com esta ferramenta podem ser usados em aulas, apresentações, compartilhamentos ou só por diversão. É necessário ter criatividade para ajustar, cortar, dividir, juntar, girar e misturar vídeos, além de aplicar efeitos com estilo, acelerar/desacelerar a velocidade do vídeo e muito mais.

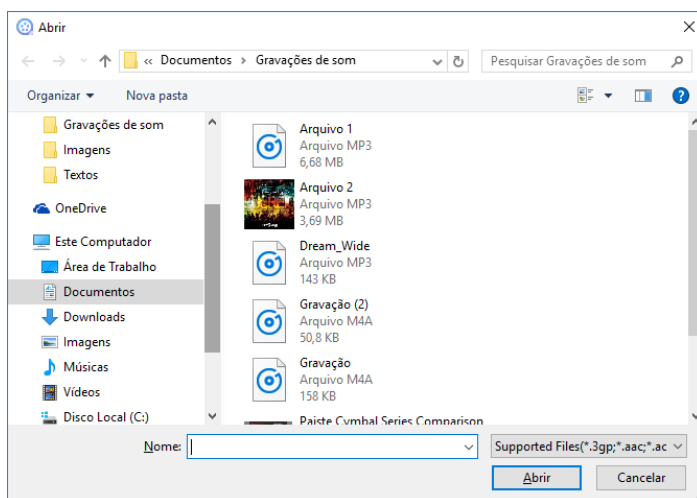


5.3. Como funciona:

Para trazer um vídeo para dentro do programa, clique no link Importar.



Clique em Importar arquivo

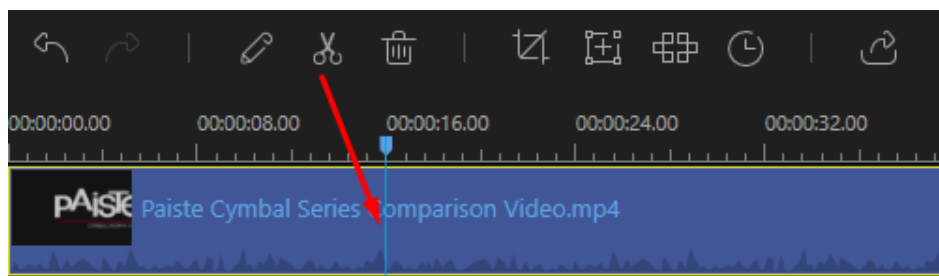


Agora escolha o seu arquivo de vídeo e áudio para fazer uma integração.

Abaixo nós temos uma linha de tempo para poder editar. Veja alguns exemplos:

Cortar uma parte do vídeo:

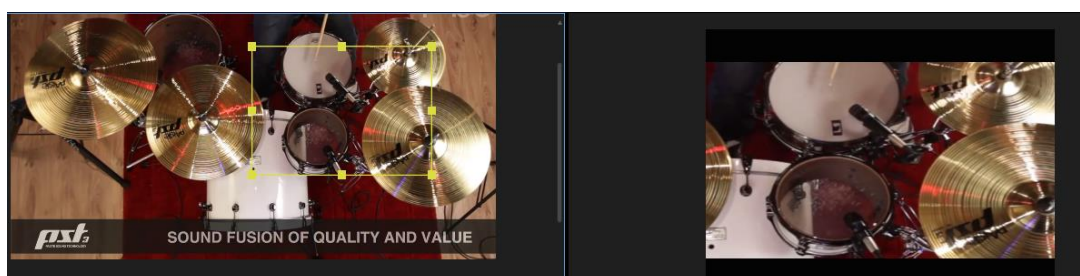
Para cortar, desloque o ponteiro até o tempo que deseja e logo em seguida clique no ícone da tesoura.



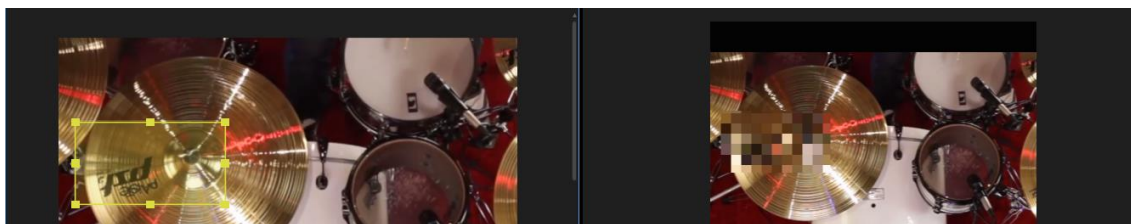
Vamos ver os botões da barra de controle.

	Este botão tem a finalidade de desfazer uma ação.
	O botão Editar exibe uma série de recursos que veremos a seguir
	Botão Recortar, permite dividir o vídeo em outros pedaços.
	O botão Excluir apaga um pedaço do vídeo selecionado
	O Botão Cortar permite definir um limite para o vídeo, você pode reduzir a área de visualização do vídeo.
	O botão Zoom permite especificar uma parte do vídeo a ser ampliada.
	O botão Mozaico permite adicionar uma espécie de máscara na imagem para por exemplo esconder algo do vídeo, como um rosto, logotipo, etc.
	O botão Definir duração permite você determinar quanto tempo o vídeo vai possuir.
	O botão Exportar , permite que você exporte o áudio escolhendo o formato.

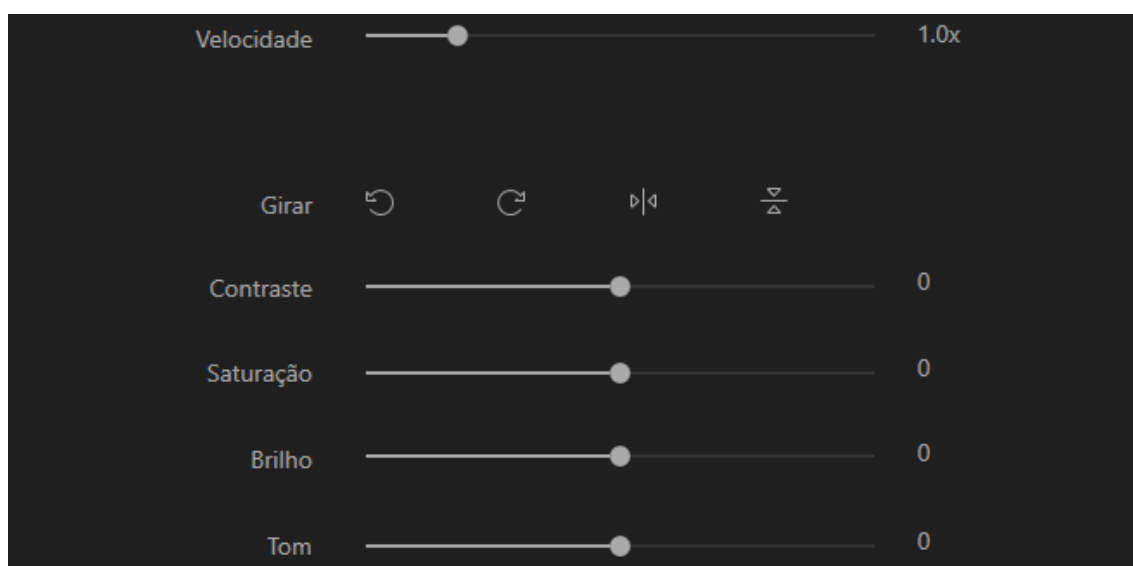
Recurso de Zoom – veja como ficou na imagem do lado direito como fica a aplicação do Zoom.



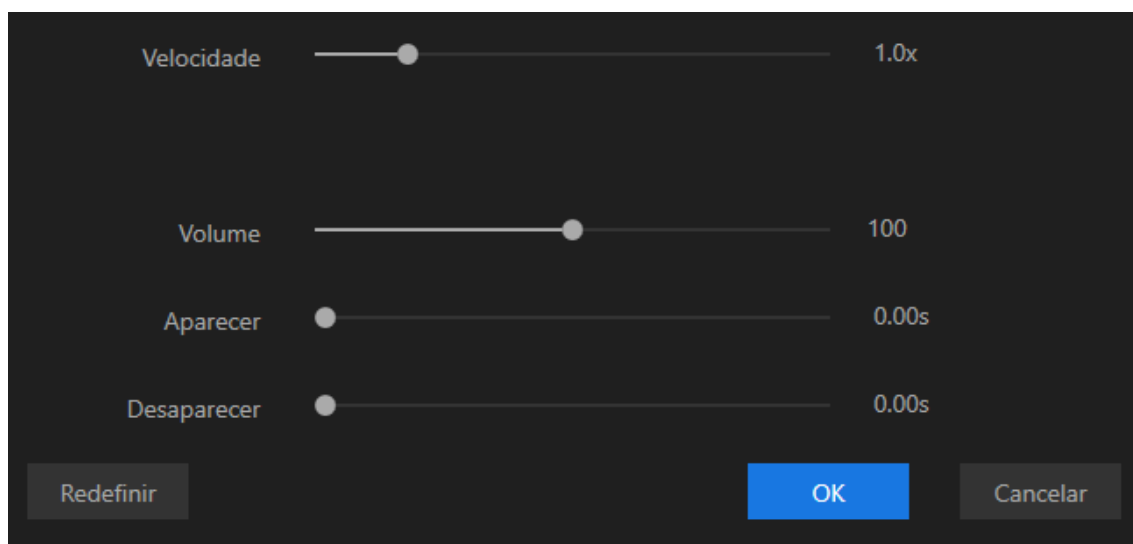
Mozaico – veja que a imagem no lado direito fica como borrada.



O botão Editar permite liberar recursos como definir a velocidade, girar o vídeo, brilho, contraste e saturação.



Se for selecionado o áudio, a barra de ferramentas é a vista logo abaixo.



Podemos definir a velocidade do áudio e controlar o volume em qualquer parte da música.

5.4. 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) Qual o nome do botão que permite alterar a velocidade do áudio?
- 2) Qual o link usado para inserir um vídeo no Apowersoft
- 3) Aplicar equalização, remover ruídos do áudio no Audacity estão em qual menu?
- 4) Para ampliar uma parte do vídeo em determinado tempo, usamos qual botão?

6. SEO e Ganhar Inscritos.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

Nesta aula vamos aprender algumas técnicas de SEO, tornando, dessa forma, seus vídeos mais fáceis de serem achados. A partir de agora, vamos entender alguns procedimentos fundamentais para que o seu canal tenha sucesso nas pesquisas.

6.1. Sobre SEO

Sabe como divulgar seu Canal no YouTube da forma mais eficaz possível?

Usando técnicas de SEO para YouTube.

Se você acha que para ganhar espaço no YouTube basta fazer excelentes vídeos com conteúdo de valor, um roteiro bem elaborado e uma boa edição, sinto dizer, mas só isso não é suficiente.

Ao finalizar todo esse processo, você começa a segunda etapa do seu trabalho: a otimização do SEO para YouTube.

Você precisa começar a se acostumar com a ideia de que sua audiência não vai chegar até você em um passe de mágica.

Portanto, se você quer ser encontrado, precisa conhecer melhor as boas práticas de SEO para YouTube.

E sim, o YouTube, assim como o Google, é um excelente mecanismo de busca.

Inclusive, é o segundo maior.

Se você fizer um bom trabalho de SEO para YouTube, não só seus vídeos aparecerão nas buscas do próprio YouTube, como também nas primeiras posições do ranking do Google.

Investir um pouco de tempo no SEO para YouTube e otimizar seu conteúdo para ranquear Google é saber aproveitar o melhor dos dois mundos.

Você tem uma missão difícil pela frente se quiser se destacar entre os mais de 300 mil vídeos postados diariamente no YouTube.

Difícil, porém possível. E eu estou aqui para te ajudar nessa jornada.

Garanto que agora você já está mais interessado (a) em aprender um pouco mais sobre SEO para YouTube, certo?

Então, se sua resposta for sim, continue lendo para saber mais sobre 15 otimizações de SEO que vão fazer a diferença nos seus resultados:

Como otimizar os títulos dos seus vídeos

-A importância de criar uma thumbnail

- Qual o tempo de duração ideal para seus vídeos
- Como conseguir mais inscritos no seu canal
- Por que alguns vídeos viralizam.

6.2. Conheça seu público faça inscritos

Antes até de começar a escrever o roteiro e gravar seu conteúdo, você pode considerar fazer uma busca para entender o interesse do público a respeito de um assunto.

Funciona muito bem também quando você está sem ideias do que fazer ou falar sobre em seus vídeos.

A primeira pesquisa por termos ou palavras-chave de interesse pode ser feita no próprio espaço de busca do YouTube para identificar o volume de resultados.

Outro lugar importante para encontrar termos que estão em alta nas pesquisas do YouTube é o Google Trends.

Captura 3 SEO para YouTube

Basta digitar a palavra-chave no menu superior e clicar em Pesquisas do YouTube. Além de entender a evolução da pesquisa, o próprio Google Trends traz sugestões de outros tópicos relacionados que estão sendo bastante pesquisados no momento.

No entanto, para aproveitar a chance de ranquear tanto no YouTube quanto no Google, você precisa procurar por termos que já possuem vídeos como resultados nas primeiras posições.

Alguns termos que começam com “como fazer”, além de tutoriais e resenhas de produtos tendem a ter vídeos ranqueados nas primeiras colocações do Google. Caso contrário, o tráfego virá só do YouTube. E claro, sempre recomendo verificar o volume de buscas do termo caso você queira ranquear nos dois mecanismos de busca.

Você pode usar o Google Keyword Planner para isso. O volume de buscas não precisa ser tão alto quanto o indicado para um artigo. Para dados mais precisos recomendo a ferramenta SEM Rush ([link afiliado](#)).

Capa ou Thumbnail: elemento mais importante do SEO para YouTube

video-marketing-02

Grandes especialistas em YouTube são categóricos em afirmar que a capa do seu vídeo ou a thumbnail é o elemento mais importante do seu vídeo (além do conteúdo, obviamente). Mais até que o próprio título, já que é a primeira coisa que chama a atenção de quem está navegando pelo YouTube. Se você quer ganhar o clique do usuário, a thumbnail do seu vídeo precisa se destacar.

Não significa que escolher uma imagem super colorida e cheia de elementos é a melhor opção, mas sim algo com uma bela composição e que transmita, em apenas uma imagem, qual o conceito e o conteúdo do vídeo.

Procure atentar para alguns detalhes na hora de criar a thumbnail do seu vídeo:

Escolha uma imagem: pode ser um frame do próprio vídeo ou uma foto feita para ilustrar a capa, mas precisa ser um close-up;

O texto da capa deve ficar entre duas e três palavras no máximo;

O texto precisa representar o contexto do vídeo, se usar a palavra-chave, melhor ainda;

Procure posicionar o texto da capa à esquerda para facilitar a visualização em dispositivos mobile;

Agora vamos conhecer o segundo elemento mais importante do SEO para YouTube: o título.

3. Título: aquele que jamais deve ser ignorado

video-marketing-03

Nunca subestime a importância dos títulos para qualquer tipo de conteúdo.

Assim como para cada artigo chegamos a criar mais de 25 opções de títulos, com os vídeos seguimos o mesmo processo.

O título de um vídeo no YouTube tem a mesma função que o título de um artigo: deixar claro para os mecanismos de busca que tipo de conteúdo o usuário encontrará. Talvez no YouTube ainda mais, já que é impossível para os robôs lerem conteúdos visuais.

Portanto, fique atento(a) a algumas considerações bastante importantes ao criar os títulos de seus vídeos:

O título precisa ser curto para não correr o risco de ser cortado. Mantenha entre 40 e 55 caracteres no máximo;

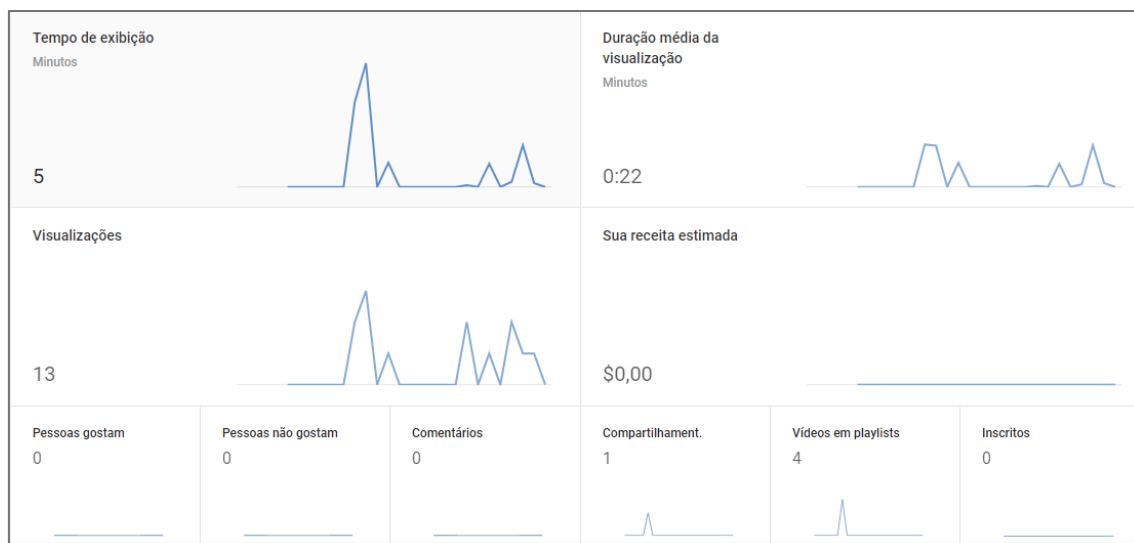
Não faça títulos genéricos;

Use a palavra-chave relacionada ao conteúdo;

Não faça um título polêmico ou chamativo se o conteúdo do vídeo não vai tratar daquele tema. O espectador pode desistir de continuar assistindo ao perceber que foi enganado;

Seja objetivo, mas tente despertar a curiosidade ou alguma emoção para atrair mais views;

O Analytics dentro do seu canal vai ser um termômetro para descobrir o que está acontecendo com cada visualização.



O link Analytics possui diversos recursos para controle de visualizações do seu canal.

6.3. 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) Qual a finalidade do Analytics dentro do seu Canal?
- 2) Para que serve o recurso Relatório de receitas?
- 3) Para que serve o recurso Informações demográficas?
- 4) O link Dispositivos exibe quais resultados?
- 5) Qual a sua opinião sobre retenção de público?

7. Fidelizar o público.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

Nesta aula vamos aprender como buscar fidelizar o seu público com técnicas valiosas e dicas válidas.

7.1. Fidelizar o público

Se você tem um projeto online, certamente deseja fidelizar seu público... Isto porque, tendo um público fiel, as chances de seu projeto crescer e obter sucesso são muito maiores! Mas como fazer isso? Simples! Respeite o seu público! Lembre-se de que você só está ali porque há alguém do outro lado admirando o seu trabalho. Por isso, dedique seu tempo a essas pessoas, responda seus comentários e esteja disponível... Lembre-se de sempre ser grato!

Todos nós sabemos da força dos vídeos. Se uma imagem vale mais do que mil palavras, imagine um vídeo. Durante anos, a mídia ganhou fortunas através do cinema, novelas e anúncio, usando exatamente os vídeos.

7.2. Como atrair seus inscritos

Vídeos contam histórias, emocionam, geram conexões, por isso eles têm tanto poder. E você hoje pode e deve usar esse poder para o seu negócio.

Antes, para ter acesso a esse tipo de mídia, era preciso ter muito dinheiro para investir, pois esse tipo de publicidade sempre foi muito caro.

Hoje as coisas mudaram. Agora, com a internet e o youtube, qualquer pessoa ou empresa pode ter seu canal e divulgar suas ideias, produtos e serviços. Você já parou para pensar a força que isso pode ter para o seu negócio?

Aprenda como usar o Youtube e dominá-lo, multiplicando assim suas vendas e fortalecer sua marca, produto ou serviço, com milhões de telespectadores que assistem e assinam seu canal.

Se você ou sua empresa ainda não tem um canal no youtube e nem sabe como ter e como fazer ele crescer, vou te passar algumas dicas.

Todas as pessoas ou empresas que usam o Youtube têm seus próprios objetivos. É importante que você também tenha o seu, antes mesmo de criar o seu canal.

As dicas que vou passar podem ser usadas como parte da sua estratégia para atingir suas metas, sejam elas de aumento de vendas ou até mesmo fortalecimento de sua marca.

7.3. Transforme-se em uma celebridade online

Comece a promover a si mesmo como uma celebridade online e conquiste seu público. É importante lembrar que você deve ser uma celebridade para sua audiência.

Se você é proprietário de uma pequena empresa ou um representante de vendas, comece criando uma forte personalidade. Comece estrelando o seu próprio vídeo no Youtube.

Comece a construir a marca da sua empresa e promova a sua mensagem para personalizar o seu negócio e construir a sua credibilidade.

Como vendedor, você pode demonstrar seus produtos, falar sobre seus serviços e construir sua autoridade e, com isso, aumentar a sua reputação.

Com um canal no Youtube, você ou sua empresa serão capazes de construir um relacionamento virtual com seus clientes ou potenciais clientes de uma forma que antes só era possível nas grandes empresas, pois tinham muito dinheiro para investir nesse tipo de publicidade.

7.4. - Use o Youtube para compartilhar seu conhecimento

Você deve usar o seu canal para compartilhar conhecimento e informações de valor para sua audiência. Se você é proprietário de uma empresa ou vende um produto ou serviço, é bem provável que tenha conhecimento que as outras pessoas buscam e que certamente podem se beneficiar.

Basta você usar sua criatividade para chamar a atenção dessas pessoas. Acredite, sua empresa pode se beneficiar em se comunicar diretamente com seus clientes ou potenciais clientes, usando o Youtube como estratégia de marketing.

7.5. Use seu canal para criar uma demonstração do produto ou serviço

Você pode criar vídeos ensinando como os seus potenciais clientes podem usar e se beneficiar com seus produtos ou serviços.

Você pode também mostrar depoimentos de clientes satisfeitos dentro de um vídeo no seu canal. Provavelmente você já ouviu falar em gatilhos mentais; em breve estarei lançando um curso online sobre o assunto. O importante agora é você saber que um vídeo com depoimentos é uma prova social e esse é um gatilho mental poderoso, que deve ser usado em seu processo de vendas.

7.6. Crie vídeos instrutivos

Os vídeos instrutivos podem ajudar a reduzir o atendimento ao cliente. Você pode produzir vídeos para ensinar as pessoas como montar ou mesmo utilizar um produto ou serviço, como expliquei na dica anterior. Assim você ajuda os clientes a descobrirem o verdadeiro potencial do seu produto, eliminando muitas dúvidas que possam surgir.

7.7. Compartilhe vídeos de palestras e apresentações que você deu ou participou

Caso você já tenha apresentado uma palestra ou algum outro tipo de apresentação, considere fazer uma gravação e colocar o vídeo no seu canal do Youtube para seus clientes, potenciais clientes e público em geral assistirem. Isso ajudará a fortalecer sua imagem como um especialista, aumentando sua autoridade, permitindo transmitir informações valiosas para os clientes e potenciais clientes, além de ajudar a construir a sua marca e a marca da sua empresa.

7.8. Conte a sua história e a história da sua empresa

Histórias são também poderosos gatilhos mentais, pois criam conexões. Cada empresa e cada pessoa tem uma história para contar, assim como os fundadores ou dirigentes atuais de cada negócio.

Ao contar a sua história, você será capaz de melhorar a fidelização dos seus clientes e do reconhecimento da marca, além de criar conexão.

Contando história, você também educa a sua audiência sobre o que sua empresa, o seu produto ou serviço faz e quais são seus valores.

7.9. Crie uma chamada de ação no final de cada vídeo

O Youtube permite que você fale diretamente com sua audiência, use seus vídeos para incentivar os telespectadores a tomarem uma ação específica depois de assistir o seu vídeo, seja para visitar o seu site, inscrever-se no seu canal, inscrever-se na sua lista de email ou mesmo comprar seu produto ou contratar seu serviço.

E, se você quer saber mais como criar e divulgar seu canal no youtube, eu o convido a conhecer o Curso Youtube Marketing do Gabriel Rockenbach, especialista em Youtube no Brasil.

7.10. 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) Como conquistar seus inscritos?
- 2) Qual a finalidade de criar um vídeo do tipo instrutivo?
- 3) Defina uma estratégia de fidelização de público.
- 4) Qual a importância de solidificar seu público?
- 5) O que fazer para que o seu canal não entre em uma mesmice?

8. Fazer sucesso e manter o público.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

Nesta aula iremos aprender como fazer sucesso no Youtube e ainda mais algumas dicas de como manter o seu público.

Fazer sucesso no Youtube não é uma missão muito simples, com exceção de alguns vídeos virais que da noite para o dia ganham milhões de visualizações.

8.1. Fazer sucesso com o seu canal

a) Escolher um nome reconhecível.

A melhor opção é sempre começar do zero ao se criar um canal dedicado a algo que você acredite que possa fazer sucesso no YouTube. Não continue adicionando vídeos novos em um canal antigo com nome horrível (como amantedegatinhos99) e que ainda tenha vídeos de seu gato de dez anos atrás. Use um nome bem pensado para demonstrar que deseja criar um canal profissional.

Por exemplo, um rapaz chamado João Silveira que gosta de cantar covers de artistas famosos poderia montar canais com os seguintes nomes: JoaoSilveira, JoãoCovers, SilveiraCanta. Todos são fáceis de se memorizar e criam uma aparência profissional.

Os usuários do YouTube procurarão por seus vídeos e você aparecerá logo na primeira página de busca e na barra de buscas recentes. Assim, você terá mais tráfego no seu canal. Faça pesquisas sobre as tendências no estilo de vídeo que deseja gravar para chegar antes de todo mundo e ganhar mais visualizações. Por exemplo, se um artista famoso lançou uma nova música, você pode ser o primeiro a lançar um cover no YouTube.

Promova a si próprio.

A autopromoção é extremamente importante para o sucesso. O YouTube tem ferramentas para que você modifique o layout de seu canal. Portanto, use a página para sua vantagem. Muitos usuários de sucesso usam imagens e textos para que os inscritos memorizem as suas identidades visuais. Alguns sites também podem ajudar na divulgação do seu canal.

A identidade visual tem a ver com o modo com o qual você promove a si próprio ou a sua empresa e pode ajudar a definir quem você é e o que faz.

Imagens atraentes podem fazer com que os usuários voltem até seu canal e memorizem quem você é, o que é muito importante para o sucesso

Nomeie os vídeos e categorize-os corretamente.

Os títulos e as categorias são essenciais para manter os usuários felizes com o seu conteúdo. Os espectadores gostam de títulos descritivos e de descrições verdadeiras. Se mentir no título do vídeo, você receberá avaliações negativas e afastará possíveis espectadores. Seja breve nos nomes e categorize os vídeos adequadamente para poder receber visualizações do público-alvo desejado. Se não fizer isso corretamente, você acabará postando vídeos nos locais errados e não chamará o público que deseja.

Produza conteúdos de qualidade.

Na hora de criar um vídeo, produza conteúdos novos e de alta qualidade para que o público volte e espere ansioso pelas novas entradas do canal. Se for manter uma frequência semanal de publicação dos vídeos, você terá mais tempo para a roteirização e a edição. Quando for a hora de filmar, existem muitas técnicas que podem ser úteis. Se vai filmar a si próprio em uma mesa, compre uma luz (branca) para iluminar o seu rosto e uma câmera que filme em alta definição. Nada é pior do que um vídeo borrado, escuro, com um som ruim e sem trilha sonora

Acredite em si!

Trata-se de uma dica simples, mas importantíssima para o sucesso. Dedique-se para manter o seu canal.

Crie conteúdos interessantes. É importante publicar apenas vídeos que possam interessar às pessoas. Por exemplo, se gosta de cantar e deseja publicar vídeos de covers de artistas famosos, não se limite a ficar sentado na mesa do computador com um violão lendo as letras no monitor. Aprenda a cantar e tocar a música, olhe para a câmera e crie um estilo único para o vídeo. Vá além do básico! Poste vídeos de apresentações suas em shows de talentos ou cantando no carro. Se criar um conteúdo imprevisível, as pessoas voltarão ao seu canal para ver as novidades publicadas por você.

Por exemplo: Austin Mahone, um cantor que ficou famoso postando vídeos no YouTube, acumulou 53 milhões de visualizações em um ano, devido ao fato de postar vídeos regularmente e por manter um conteúdo interessante para o público dele.

8.2. Google AdWords

O AdWords é o principal serviço de publicidade, aumente seus inscritos, faça o Google trabalhar um pouco para você, divida as tarefas.

Google AdWords é a plataforma de anúncios do Google. Esta ferramenta foi criada com intuito de ajudar empresas a divulgar seu produto ou serviço na Internet. Atualmente o Google é o mecanismo de busca mais utilizado em todo o mundo.

Você já pensou em aparecer para as pessoas certas no momento certo? Então...

Se você deseja atrair mais visitantes para o seu website, aumentar suas vendas online e receber mais ligações, o AdWords é o local correto para você anunciar.

8.3. 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 ser localizado nos navegadores de busca precisamos ativar qual o programa gratuito do Google?
- 2) Qual a finalidade do AdWords?
- 3) O que é retenção de público?
- 4) Cite alguns exemplos para manter os inscritos.
- 5) Qual a finalidade dos vídeos relacionados?

9. Monetização e Google AdSense.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

Nesta aula vamos a mais algumas dicas. Entre elas, está a monetização. Para controlar a monetização, criaremos uma conta no Google AdSense para poder adicionar suas contas bancárias.

9.1. Monetização

A produção de conteúdo em vídeos é uma tendência forte no Brasil e no mundo, basta ver o número crescente de cursos online, youtubers e outros produtores. Afinal, se você tem uma ótima ideia ou um conhecimento profundo sobre determinado assunto, por que não usar vídeos para compartilhá-los? Para produtores, o YouTube é o local perfeito para começar a atrair audiência para o seu conteúdo. Fundada em 2005, a plataforma foi revolucionária desde sua criação – e continua sendo a preferida para hospedar vídeos gratuitamente no mundo todo. Mas você sabe como funciona a monetização no YouTube?

9.2. Como funcionava a monetização no YouTube?

A monetização no YouTube é baseada no chamado YouTube Partner Program, que permite o cadastro gratuito de produtores de conteúdo que já possuem uma conta na plataforma.

Até esse ano, diversos tipos de produtores de conteúdo poderiam ganhar dinheiro com anúncios veiculados no início de seus vídeos. Os pré-requisitos para ser aceito no YouTube Partner Program eram:

- Mostrar claramente que você produz conteúdo original;
- Produzir conteúdo em uma frequência regular;
- Possuir conteúdo que obedeça às regras da Comunidade do YouTube;
- Estar localizado em um dos países da lista do Partner Program.

-Assim era mais fácil começar a ganhar dinheiro com vídeos, ainda que fosse em pequena quantidade.

A partir desse cadastro, o processo era relativamente simples: caso aprovado no programa, seu canal poderia começar a veicular anúncios. Por meio da AdSense, a plataforma oficial de anúncios da Google, anúncios seriam veiculados em alguns vídeos, de acordo com a escolha automática do sistema. Portanto, seu lucro viria a partir da quantidade de cliques em anúncio ou tempo de publicidade assistido pela sua audiência.

9.3. Por que mudou?

Pela aparente simplicidade de monetização, muitos produtores se aplicavam ao programa, dificultando a validação dos canais que seriam aprovados. Além disso, os anunciantes não tinham controle sobre os vídeos em que seus anúncios apareciam: a escolha do conteúdo da publicidade era totalmente do sistema (que, por sua vez, é baseado em um algoritmo e não em uma validação do YouTube em si).

Consequência: um grande número de propagandas era veiculado em vídeos considerados ofensivos e censuráveis.

Para grandes empresas, tais como a Vodafone, a Starbucks e a PepsiCo, esse acontecimento foi suficiente para que saíssem da plataforma de anúncios da Google. Esse movimento gerou repercussão pela internet e recebeu adesão de um número crescente de empresas mundiais. Para um administrador de marketing de uma grande corporação, esse tipo de associação do anúncio a um vídeo ofensivo pode ser extremamente prejudicial ao nome da marca.

Assim, no dia 20 de março, o YouTube fez a sua declaração sobre o ocorrido, tomando novas posturas com relação ao Partner Program. O posicionamento da plataforma foi de ter ouvido os feedbacks e ter se sensibilizado de forma prática.

9.4. O que mudou?

O sistema de elegibilidade do Partner Program se alterou, de modo que o produtor de vídeos deve obedecer a um novo pré-requisito antes de se candidatar.

A monetização no YouTube agora só é possível para produtores que possuem um canal com mais de 10 mil visualizações. Assim, de acordo com a equipe do YouTube, há maior validação dos produtores, que poderão ganhar dinheiro com seus vídeos, garantindo que anúncios não estejam vinculados a vídeos ofensivos.

É importante ressaltar que, a partir de agora, os canais passarão por uma avaliação mais exigente do YouTube – ou seja, nada de trapacear! Muita gente oferece hacks ou “caminhos mais curtos” para conseguir mais visualizações e inscritos, mas não adianta tentar conseguir audiência de forma ilegítima ou você será penalizado na validação pelo YouTube.

Como falamos aqui, monetização no YouTube sempre foi uma tarefa complicada, mas as mudanças no Partner Program tornaram esse processo ainda mais difícil. Apesar de se tratar de uma plataforma extremamente acessada, obter muitas visualizações em seu conteúdo leva muito trabalho – e a recompensa financeira da plataforma não é grande.

9.5. Google AdSense

9.6. O que é o Google Adsense?

É o serviço de publicidade oferecido pelo Google inc. Os donos de sites e blogs podem inscrever-se no programa para exibir anúncios em texto, imagem e vídeo. A exibição dos anúncios é administrada pelo Google e gera lucro baseado nos cliques que os anúncios recebem, o chamado CPC (Custo por Clique).

9.7. O Que É O Google Adsense? Como Funciona Isso? Quanto Paga?

De uma forma simples e resumida, é uma parceria que você faz com o Google, onde você oferece espaços publicitários em seu site ou blog para colocar anúncios do Google. Para cada clique, você recebe dinheiro! O valor pode variar de alguns centavos até alguns reais por clique.

Muitas e muitas pessoas usam essa modalidade para trabalhar na internet e tem ótimos resultados! Essa técnica é tão “poderosa” que grandes sites usam esse recurso. Vou te dar alguns exemplos:

9.8. Youtube

O Youtube é um dos sites mais acessados do mundo e usa o Google Adsense para poder monetizar, ou seja, ganhar dinheiro. Você talvez já clicou em algum anúncio nesse site e gerou dinheiro para eles sem saber!

9.9. Vale A Pena Trabalhar Com O Google Adsense?

Nem preciso responder essa pergunta! Você viu que grandes sites usam essa modalidade! Se não fosse interessante, esses grandes sites jamais iriam perder tempo com isso. Lembrando que citei apenas 3 exemplos! Possivelmente você acessa vários sites e blogs que usam os anúncios do Google e talvez você nem tenha reparado! E o mais interessante... talvez clique nesses anúncios e esteja gerando dinheiro para outras pessoas sem perceber! =]

Agora você também tem a oportunidade de ganhar dinheiro com essa modalidade!

Passo-a-Passo Para Trabalhar Com Os Anúncios Do Google Adsense E Fazer Seu Cadastro

O processo para trabalhar com isso é relativamente simples, mas, como tudo na vida, precisa de dedicação, força de vontade e trabalho. Então, vamos aos procedimentos!

1 – Escolha do nicho (assunto)

Você terá que ter um site ou blog para poder colocar os anúncios do Google, mas antes de criar seu blog, você precisa escolher o assunto que quer escrever. Recomendo que escolha algo que goste, tal como: esporte, carros, academia, tecnologia, etc. Mas tem que ser um assunto que o Google AdSense aceite. Para ver os termos de uso do AdSense, leia mais detalhes em: www.google.com.br/adsense

É muito importante você fazer uma boa escolha, pois, caso contrário, será muito ruim escrever sobre uma coisa que não gosta, a não ser que você pague alguém para escrever para você ou faça uma parceria com alguém.

2 – Crie seu site ou blog

Com o assunto escolhido, agora você terá que ter uma página na internet. Eu recomendo que seja um blog ao invés de site. Depois você precisa configurar seu blog de uma maneira que ele fique leve, fácil de navegar e ter ótimos artigos para seu público-alvo, ou seja, pessoas INTERESSADAS no assunto de seu blog.

3 – Cadastre-se no Google AdSense E Copie Os Blocos De Anúncios Em Seu Site Ou Blog

O site oficial do AdSense é www.google.com.br/adsense. Lá você irá se cadastrar para poder obter seus blocos de anúncios para poder adicioná-los em seu site ou blog.

Recomendo que coloque os anúncios em lugares visíveis em sua página para que seus visitantes vejam e possam clicar neles.

4 – Gere Tráfego (Visitas)

Você só vai conseguir ganhar dinheiro com essa modalidade se tiver pessoas acessando sua página e clicando em seus anúncios. Então é muito importante você se preocupar em gerar tráfego de qualidade. Porque estou dizendo isso? Se você tiver um blog de moda feminina e trazer homens para acessarem seus blogs, a tendência é que eles nunca mais voltem em seu blog.

Por isso é importante você saber divulgar sua página para pessoas INTERESSADAS no seu conteúdo.

9.10. 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) O que é o Google AdSense?
- 2) Diga-me apenas uma forma de gerar tráfego no meu canal.
- 3) O que é nicho?
- 4) Por que vale a pena trabalhar com o AdSense?
- 5) O que é Monetização e quantos inscritos eu preciso ter no meu canal?

10. Criando uma live.

Seja bem-vindo ao curso de Youtube. Sem dúvida, é um “curso sensacional” para quem busca criar o seu canal. Poder mostrar aos 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.

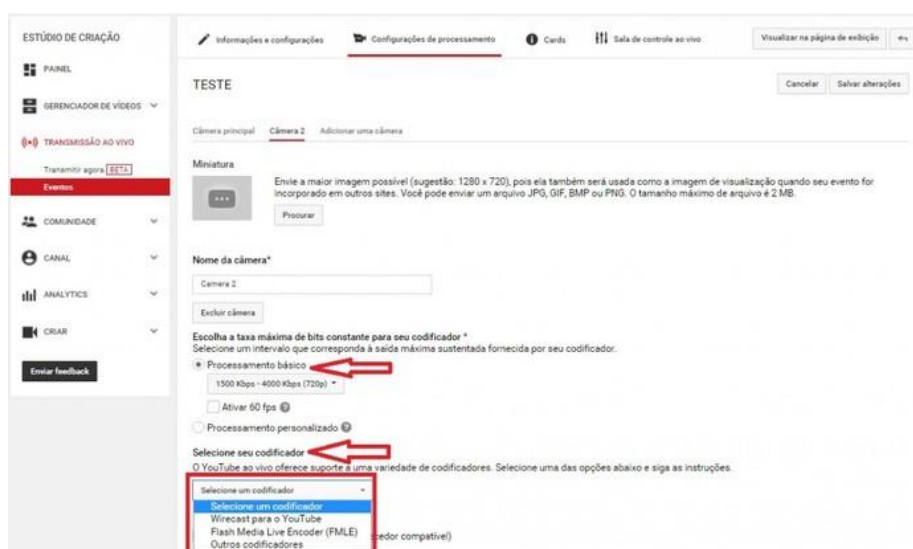
Nesta aula iremos aprender como fazer uma Live no computador e no celular e ainda passaremos algumas dicas de como perder o medo de falar para a câmera

10.1. Criando uma live

Para melhorar o áudio, utilizaremos um programa chamado Audacity.

1) Criando uma transmissão ao vivo

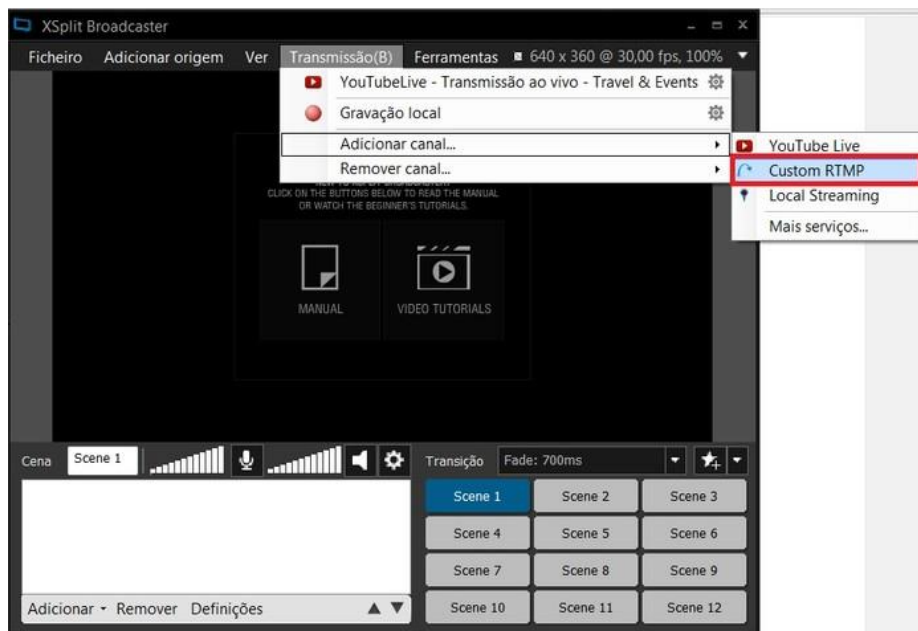
Antes de tudo, para realizar transmissão ao vivo no YouTube, é preciso baixar e instalar um codificador de áudio e vídeo no seu computador. Os programas são responsáveis por codificar arquivos de mídia, compactando o formato original e descompactando na hora da reprodução. No caso das transmissões ao vivo no YouTube, os codificadores são responsáveis por comprimir os vídeos no formato ideal.



O codificador utilizado vai depender das necessidades e pode ser um dos quatro programas verificados pelo YouTube: XSplit Broadcaster e XSplit Gamecaster, Game Capture HD e Wirecast

Mas o que eles fazem? Os programas podem capturar conteúdo da área de trabalho (desktop), câmera e microfone. Depois de baixar e instalar o software de sua preferência, será necessário configurar o mesmo para poder, então, realizar as transmissões ao vivo.

Quando tudo estiver pronto, você poderá finalmente conectar o codificador à sua conta no YouTube para realizar uma transmissão ao vivo. São duas possibilidades: “Transmitir Agora”, mais rápida e com menos possibilidades de configuração, e “Eventos”, que podem ser testados antes de ir ao ar (online).



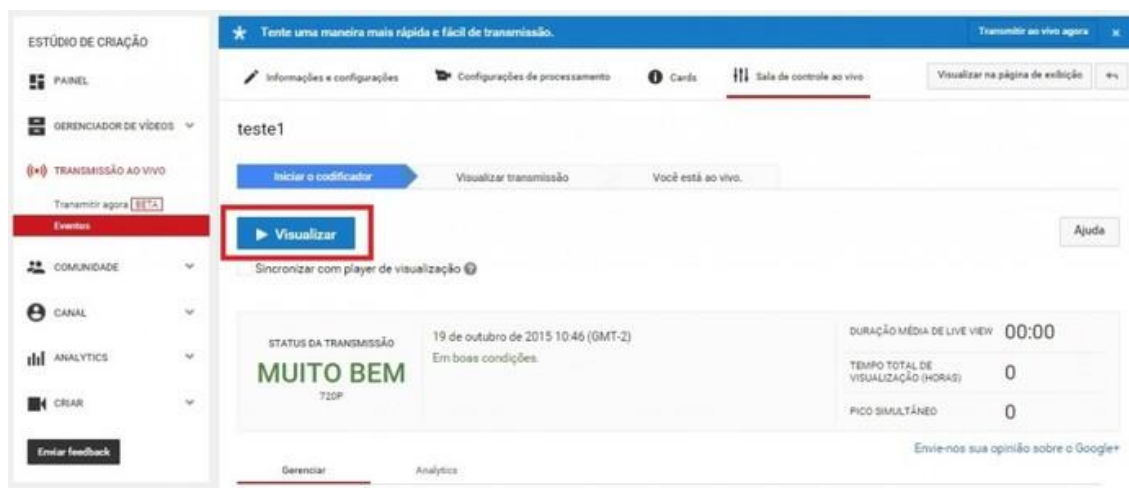
2) Tipos de transmissão

2.1 Transmitir Agora

Se você optar por usar a opção “Transmitir Agora”, basta começar a enviar o conteúdo que o YouTube irá detectar automaticamente o frame e a resolução da sua transmissão para iniciá-la. Depois, quando estiver ao vivo, a plataforma irá reduzir a transmissão para resoluções mais baixas para que mais espectadores possam acompanhar seus vídeos em celulares e tablets, sem qualquer problema.

2.2 Eventos

Se você preferir fazer as coisas com mais calma, pode optar por criar um evento programado. Em “Eventos”, você tem mais liberdade de edição e opções de configuração para seu stream em tempo real, além de poder definir o horário de início com antecedência, ativar um stream de backup e até criar vários streams para serem transmitidos simultaneamente.



Além de mais opções de configuração, a aba “Eventos” também permite ao usuário testar a transmissão antes de dar início a ela. Dessa forma, o usuário consegue visualizar antes dos espectadores como está a qualidade do vídeo, ajustando até chegar ao melhor resultado possível para o público.

3) Durante a transmissão

Quando a transmissão ao vivo já estiver disponível para o público, você pode adicionar mais formas de interagir com seus espectadores, ativando o bate-papo e criando cartões, por exemplo. Você ainda pode conferir as métricas da sua transmissão ao vivo no YouTube em tempo real na tela do seu PC

3.1 Bate-papo no YouTube

O bate-papo é ativado por padrão nas transmissões em tempo real e desativado ao final do evento quando os comentários passam a aparecer abaixo do player. Ele garante mais interatividade entre o público do stream, com comentários visíveis para todos e a conversa ao lado do player, com transmissor e moderador identificados por ícones especiais para facilitar o reconhecimento. Mas, se você preferir, pode optar por desativar o recurso antes ou durante o evento para focar no vídeo.

3.2 Cartões no YouTube

Outra forma de aumentar a interatividade com o público nas transmissões em tempo real, é adicionando cartões ao seu evento. Eles aparecem na tela para redirecionar o espectador para um URL específico de outro canal, site ou playlist, mostrando imagens e títulos personalizados, por exemplo. Com a ferramenta, o transmissor também pode promover seu próprio canal, vincular um link para um patrocinador ou divulgar sites, canais e demais vídeos que sejam do interesse de seu público

10.2. 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) O que são os cartões no Youtube?
- 2) Como faço para programar uma live?
- 3) Quais os tipos de transmissão?
- 4) Como funciona o bate papo?
- 5) Como perder o medo na frente da câmera?