



Tendencia de videos en Youtube

Clara Khabbazi

Practicum

Resumen

La mayor cantidad de videos de entretenimiento se ha visto en Estados Unidos y Francia.

Tabla de contenido

- ♦ Objetivo
- ♦ Tarea utilizando Tableau
- ♦ Categorías de videos más frecuentes en tendencia
- ♦ Distribución de videos entre regiones
- ♦ Categorías de videos populares en Estados Unidos

Objetivo

Cada video popular en YouTube ha sido analizado con el fin de determinar qué contenido merece atención de marketing.

Tareas utilizadas en Tableau

¿Cuáles fueron las categorías de videos que estuvieron más frecuentemente en tendencia?

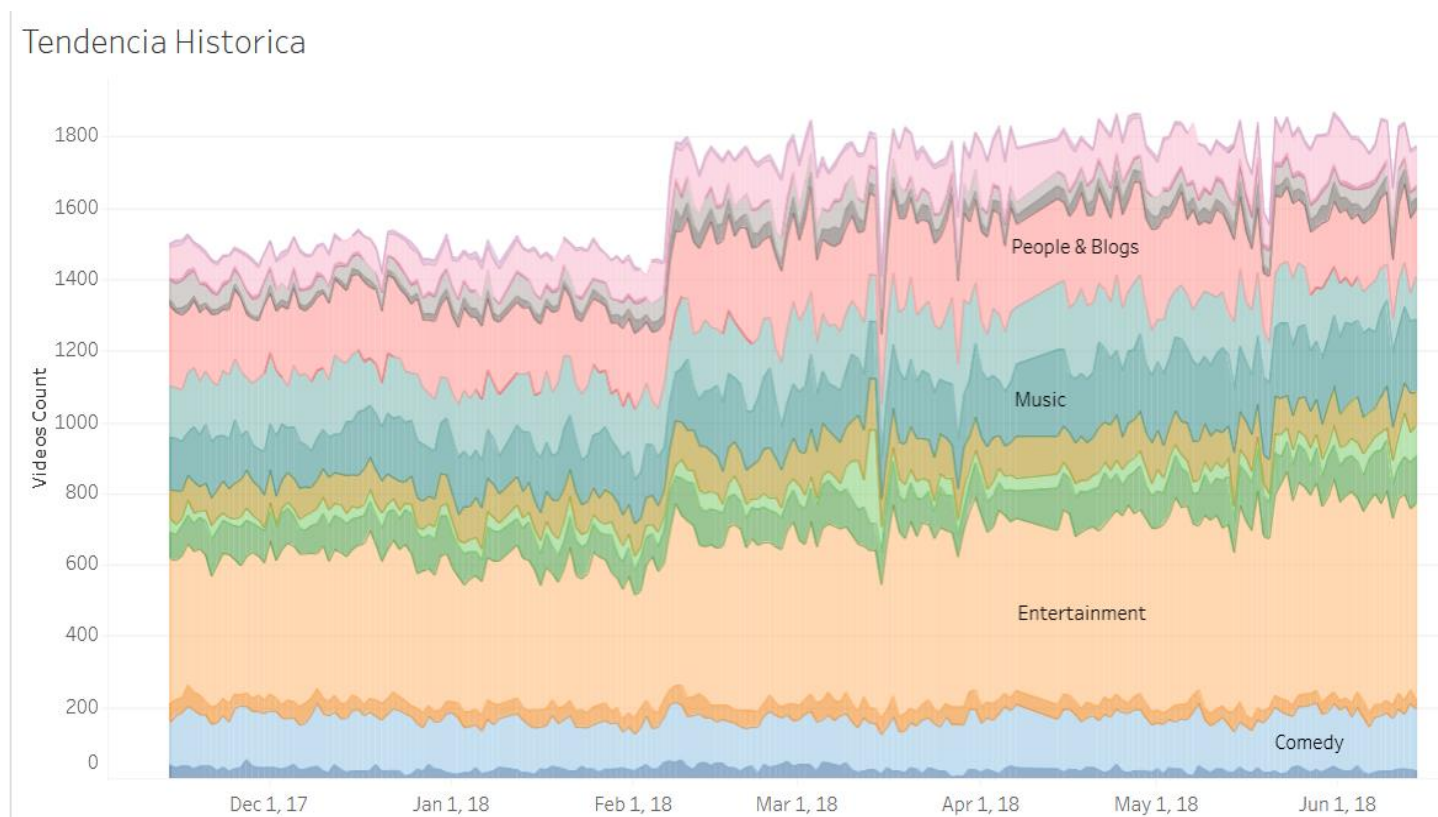
¿Cómo se distribuyeron entre varias regiones?

¿Cuáles categorías fueron populares en Estados Unidos?.

¿Qué categorías de videos estuvieron en tendencia más frecuentemente?

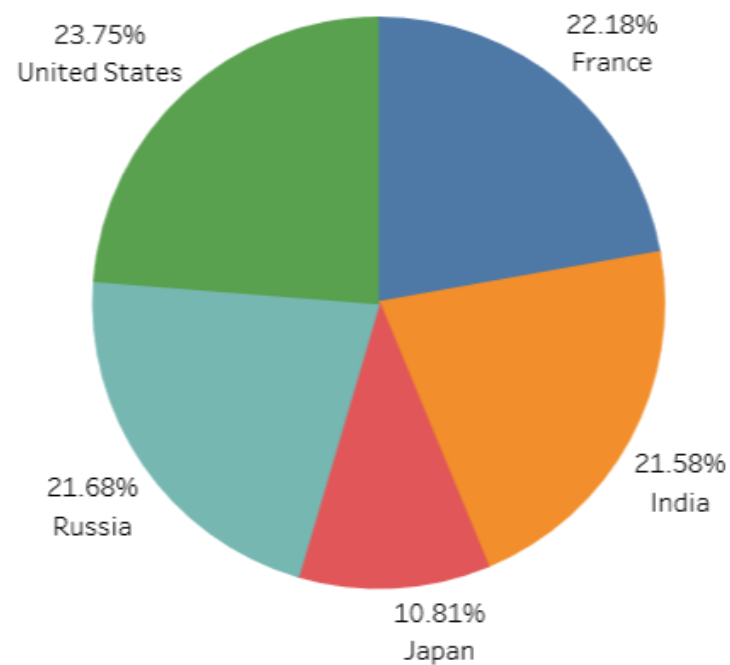
Este gráfico muestra el historial de videos populares por categorías en tendencia.

Las categorías que frecuentemente están en tendencia son entretenimiento, personas y blogs, música, noticias y política, comedia y deportes



¿Cómo se distribuyeron en las regiones?

Este gráfico circular muestra videos populares por país: la mayoría de los videos en tendencia se observan en Estados Unidos y Francia, seguidos por Rusia e India, y luego Japón.



¿Qué categorías fueron particularmente populares en los Estados Unidos?
¿Hubo diferencias entre las categorías populares en Estados Unidos y en otros lugares?

La distribución de estas categorías se puede ver en la tabla destacada: India tiene la mayor cantidad de videos en tendencia en la categoría de entretenimiento, Rusia tiene la mayor cantidad de videos en tendencia en la categoría de personas y blogs, Estados Unidos tiene la mayor cantidad de videos en tendencia en la categoría de música, y Francia tiene la mayor cantidad de videos en tendencia en la categoría de deporte

Category Title	Region				
	France	India	Japan	Russia	Unite..
Entertainment	19,020 20.02%	32,924 34.65%	11,734 12.35%	11,692 12.31%	19,638 20.67%
Music	7,658 22.27%	7,714 22.43%	2,480 7.21%	3,664 10.65%	12,874 37.44%
Howto & Style	4,668 23.20%	1,674 8.32%	1,574 7.82%	3,928 19.52%	8,280 41.14%
Comedy	8,446 28.66%	6,814 23.12%	1,372 4.66%	5,968 20.25%	6,870 23.31%
People & Blogs	9,346 20.91%	4,988 11.16%	5,792 12.96%	18,452 41.28%	6,122 13.70%
News & Politics	6,526 19.08%	10,346 30.25%	2,654 7.76%	9,858 28.82%	4,818 14.09%
Science & Technology	1,588 15.99%	1,096 11.04%	300 3.02%	2,226 22.41%	4,722 47.54%
Film & Animation	3,768 19.26%	3,298 16.86%	2,140 10.94%	5,676 29.02%	4,680 23.92%
Sports	8,002 38.17%	1,424 6.79%	3,606 17.20%	3,684 17.57%	4,250 20.27%
Education	1,480 17.09%	2,360 27.25%	212 2.45%	1,326 15.31%	3,284 37.91%
Pets & Animals	468 8.20%	6 0.11%	2,250 39.40%	1,154 20.21%	1,832 32.08%

Recomendaciones

Basándome en la información proporcionada, recomiendo lo siguiente:

1. **Enfócate en las categorías populares:** Prioriza la inclusión de anuncios en videos de entretenimiento, personas y blogs, música, noticias y política, comedia y deportes, ya que son las categorías más frecuentemente en tendencia.
2. **Dirige tus esfuerzos a Estados Unidos y Francia:** Estos países tienen la mayor cantidad de videos en tendencia, por lo que es recomendable invertir más recursos en anuncios dirigidos a estos mercados para alcanzar a una audiencia amplia.
3. **Aprovecha la popularidad de la música en Estados Unidos:** Dado que la categoría de música es particularmente popular en Estados Unidos, enfoca una parte importante de tu estrategia publicitaria en este género. Asóciate con artistas populares y promociona conciertos o festivales de música.
4. **Personaliza tus anuncios por región:** Adapta tus anuncios a las preferencias locales de cada región. Por ejemplo, en India, enfócate en el entretenimiento y agrega elementos culturales relevantes en tus anuncios.
5. **Utiliza formatos publicitarios relevantes y atractivos:** Considera diferentes formatos publicitarios, como anuncios pre-roll, mid-roll, post-roll, anuncios nativos o integración de productos, para captar la atención del público y generar interés en tu marca.