

10 métricas para medir o sucesso do seu canal no Youtube

Tudo o que você precisa saber sobre o maior site
de compartilhamento de vídeos do mundo.

Maio de 2014



Índice



| | |
|---|----|
| Introdução | 03 |
| Hábitos e Comportamento dos Usuários nas Redes Sociais no Brasil | 04 |
| Os 10 maiores canais no Youtube brasileiro e quanto eles faturam | 06 |
| Dicas práticas para o canal da sua marca no Youtube | 08 |
| Iniciando o seu monitoramento no Buzzmonitor | 10 |
| Métricas para a gestão do seu canal no Youtube | 12 |
| Batalha de Canais | 22 |



Introdução

O Youtube é o principal site de vídeos online existente e é também a segunda rede social mais acessada no Brasil, com 1 bilhão de usuários ativos por mês no mundo. Se fosse um país, seria o terceiro maior, atrás apenas da China e da Índia.

São 6 bilhões de horas de vídeo assistidas por mês, ou seja, quase uma hora para cada pessoa do planeta, e cem horas de vídeo enviadas a cada minuto. Além disso, é o maior mecanismo de pesquisa depois do Google.

Como ferramenta de marketing, o Youtube é um meio eficaz e barato para fortalecer a sua marca, aumentar as vendas, fazer promoções e gerar engajamento com o seus consumidores. Através do uso corporativo as marcas podem gerar atenção, informar e conversar com seus clientes, potencializar as vendas e o retorno positivo sobre o investimento.

Prestando atenção em todos estes dados e no rápido crescimento do vídeo como meio de disseminação de conteúdo, disponibilizamos este paper com o intuito de mostrar a importância do Youtube no marketing digital e, claro, estratégias de monitoramento com o Buzzmonitor.

Esperamos que ao término deste material você se sinta inspirado e preparado para investir no Youtube como outro meio de comunicação entre a sua marca e seus consumidores.

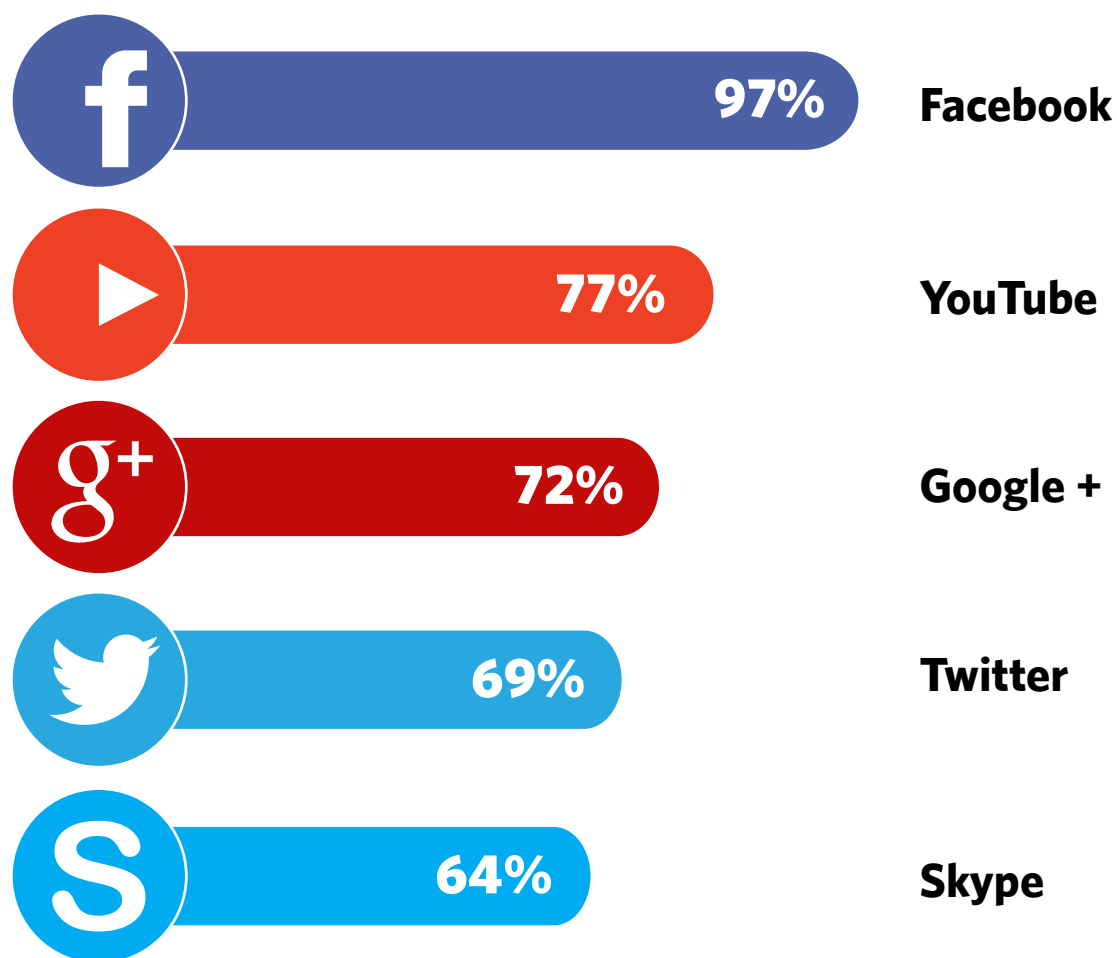
Boa leitura!



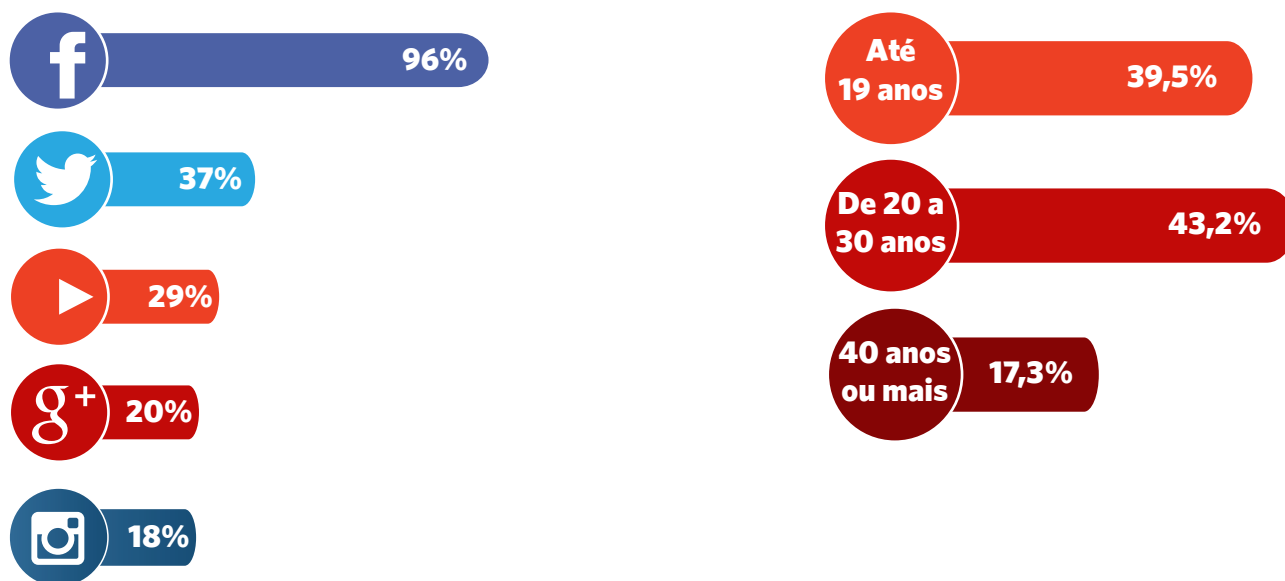
Hábitos e Comportamento dos Usuários nas Redes Sociais no Brasil

Em 2014, a E.Life disponibilizou na íntegra e gratuitamente no Buzzmonitor o estudo “Hábitos e Comportamento dos Usuários nas Redes Sociais no Brasil”. Nele foram entrevistadas 650 pessoas com o objetivo de compreender o comportamento dos internautas brasileiros e como eles avaliam e utilizam a web.

De acordo com a pesquisa, o Youtube é a segunda rede social com maior percentual de cadastros, com 77% - apenas 20 pontos percentuais abaixo do Facebook.



Além disso, é a terceira rede social mais utilizada, principalmente, por jovens entre 20 e 39 anos da classe B.



Entre as maiores motivações para o uso do Youtube estão: ficar atento às novidades e pesquisar sobre empresas, produtos e serviços.



Os 10 maiores canais no Youtube brasileiro e quanto eles faturam

Todo ano o site Social Blade acompanha os principais canais do Youtube e contabiliza a receita AdSense de cada um, ou seja, não são inseridos contratos de publicidade fechados diretamente com os youtubers e outro tipo de remuneração que não venha dos anúncios default do próprio site.

No ranking de 2014, dá para notar o crescimento rápido do número de inscritos. Em menos de 1 ano, alguns deles já aumentaram em 7 vezes seu banco de usuários, como é o caso do Porta dos Fundos, que em fevereiro de 2013 tinha 1 milhão de inscritos e hoje já está com mais de 7 milhões.

1º) Porta dos Fundos

Inscritos: 7,1 milhões

Faturamento médio: entre 25,5 mil e 305 mil dólares por mês

2º) Galo Frito

Inscritos: 4,7 milhões

Faturamento médio: entre 7,1 mil e 85,1 mil dólares por mês

3º) Parafernália

Inscritos: 4,2 milhões

Faturamento médio: entre 8,1 mil e 97,3 mil dólares por mês

4º) VenomExtreme

Inscritos: 2,7 milhões

Faturamento médio: entre 7,4 mil e 89,3 mil dólares por mês

5º) Mundo Canibal

Inscritos: 2,7 milhões

Faturamento médio: entre 2,8 mil e 33,4 mil dólares por mês

Os 10 maiores canais no Youtube brasileiro e quanto eles faturam

6º) Felipe Neto

Inscritos: 2,7 milhões

Faturamento médio: entre 505 e 6,1 mil dólares por mês

7º) Sinco Minutos

Inscritos: 2,6 milhões

Faturamento médio: entre 1,5 mil e 18,2 mil dólares por mês

8º) Desce a Letra

Inscritos: 2,4 milhões

Faturamento médio: entre 593 e 7,1 mil dólares por mês

9º) RandonsPlays

Inscritos: 2,4 milhões

Faturamento médio: entre 3,1 mil e 37,7 mil dólares por mês

10º) Galinha Pintadinha

Inscritos: 2,1 milhões

Faturamento médio: entre 17,7 mil e 212,5 mil dólares por mês



Dicas práticas para o canal da sua marca no Youtube

“Muitas empresas cometem o erro de criar uma série de comerciais disfarçados e isso é rejeitado pelos usuários. Um vídeo de sucesso deve informar, educar ou entreter.”

Michal Miller, autor dos livros “YouTube 4 you” e “YouTube for business: online video marketing for any business”.

Técnica

- **Tempo:** Controlar a duração dos vídeos é fundamental, estabeleça um padrão em seus vídeos.
- **Equipamento:** Não é necessário algo muito sofisticado, mas também não pode ser algo amador. Uma câmera HD seria a mais adequada.
- **Iluminação:** Não utilize iluminação interna. Compre uma luz para a câmera ou uma lâmpada photoflood. Coloque a iluminação artificial em frente ou ao lado do objeto a ser filmado.
- **Som:** Utilize um microfone se houver uma entrada na câmera. Coloque-o próximo a pessoa que vai falar para que não seja captado barulho do ambiente.
- **Edição:** Utilize um programa de edição que crie transições, fusões, adicione títulos, créditos e textos nas imagens. Isso servirá para colocar o endereço do site em evidência.
- **No site:** Quando escolher um software de edição, preste atenção no formato dos arquivos. O YouTube aceita vídeos em quase todos os formatos (.WMV, .AVI, .MOV e .MPG), mas é bom se certificar.

SEO

Aplique SEO no título, tags e descrições: O título do vídeo deve conter até 100 caracteres, use palavras-chave dentro dele.

A descrição do vídeo é muito importante para SEO, ela é lida pelos mecanismos de busca do Youtube e demonstra ao usuário do que se trata o vídeo. Utilize bem este espaço, crie um sumário do vídeo, aplique na descrição a mesma palavra-chave do título, aproveite e insira um link para seu website.

ESTRATÉGIAS

- Estabeleça uma rotina: além de definir o tempo de seus vídeos, se serão longos ou curtos, estabeleça uma rotina de publicação. Você não quer que seus seguidores esqueçam-se do seu canal.
- Crie playlists: Ao criar uma playlist, os vídeos relacionados ao que o usuário está assistindo irão aparecer na barra de rolagem, o que aumenta as chances dele assistir outro vídeo produzido pela sua empresa.
- Adicione tradução e legenda: Inserir tradução e legenda aumenta consideravelmente o alcance do vídeo, porque ele poderá ser visto por usuários de outros idiomas e, conseqüentemente, influi diretamente na possibilidade de compartilhamento.
- Interaja com o seu público: Responda aos principais comentários no Youtube, faça hangouts ou livestream e interaja com seu público nas redes sociais. Escute a opinião de seus espectadores: veja o que mais os agradou e repita; veja o que mais os decepcionou e elimine.
- Poste conteúdo relacionado ao seu negócio: Além de divulgar novidades da sua marca, crie um programa de dicas, curiosidades ou informações relevantes sobre o seu mercado.
Faça vídeos comerciais exclusivos para serem veiculados no YouTube e tenha um vídeo institucional contando a história da sua empresa.
- Invista em divulgação: Divulgue seus vídeos nas redes sociais, principalmente nos horários de pico, e se possível em blogs ou agregadores de links que aceitem esse tipo de publicidade. Vale tudo, menos fazer spam.

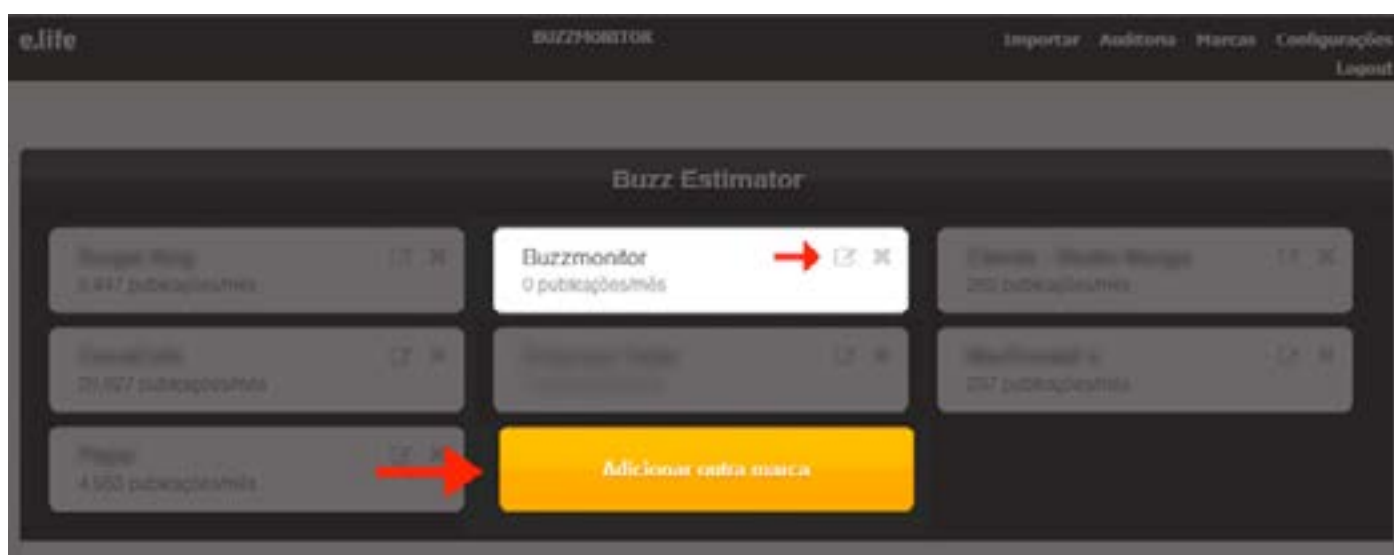
Iniciando o seu monitoramento no Buzzmonitor

O módulo Buzzmonitor Youtube Analytics funciona da mesma forma que o Facebook Pages Performance e o Twitter Performance.

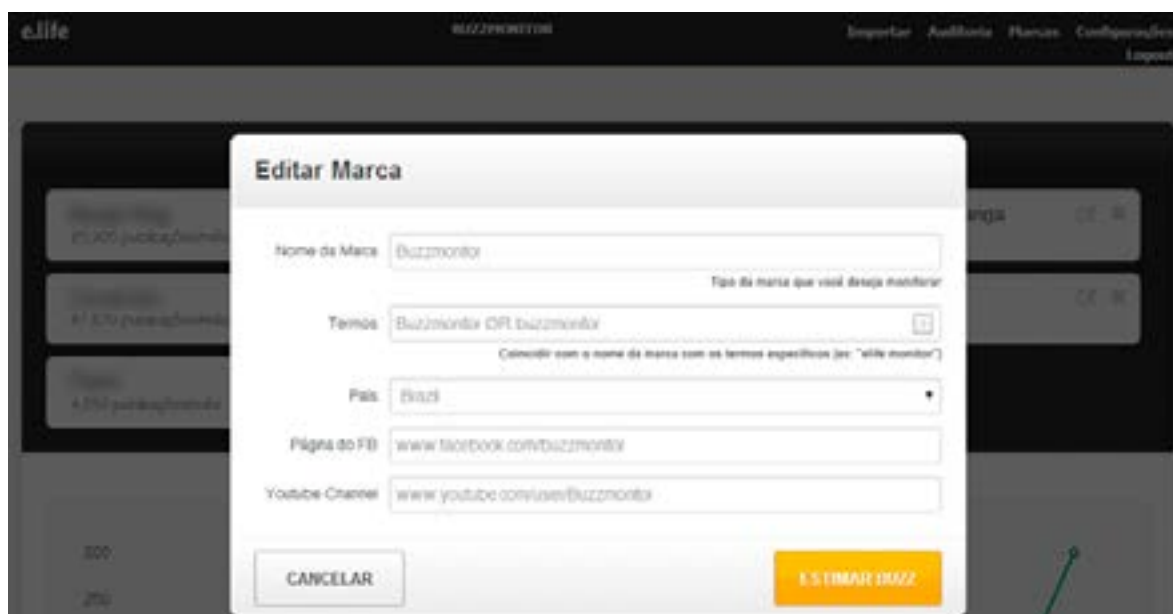
Através dele você poderá receber relatórios comparativos entre os canais no Youtube da sua marca e dos seus concorrentes; como engajamento, crescimento do número de assinantes, visualizações, entre outros.

Depois de **logar com a sua conta no Buzzmonitor**, você estará pronto para cadastrar os canais que deseja monitorar.

1. Em Brands (Marcas), clique no ícone Editar de uma marca já cadastrada ou adicione uma nova.



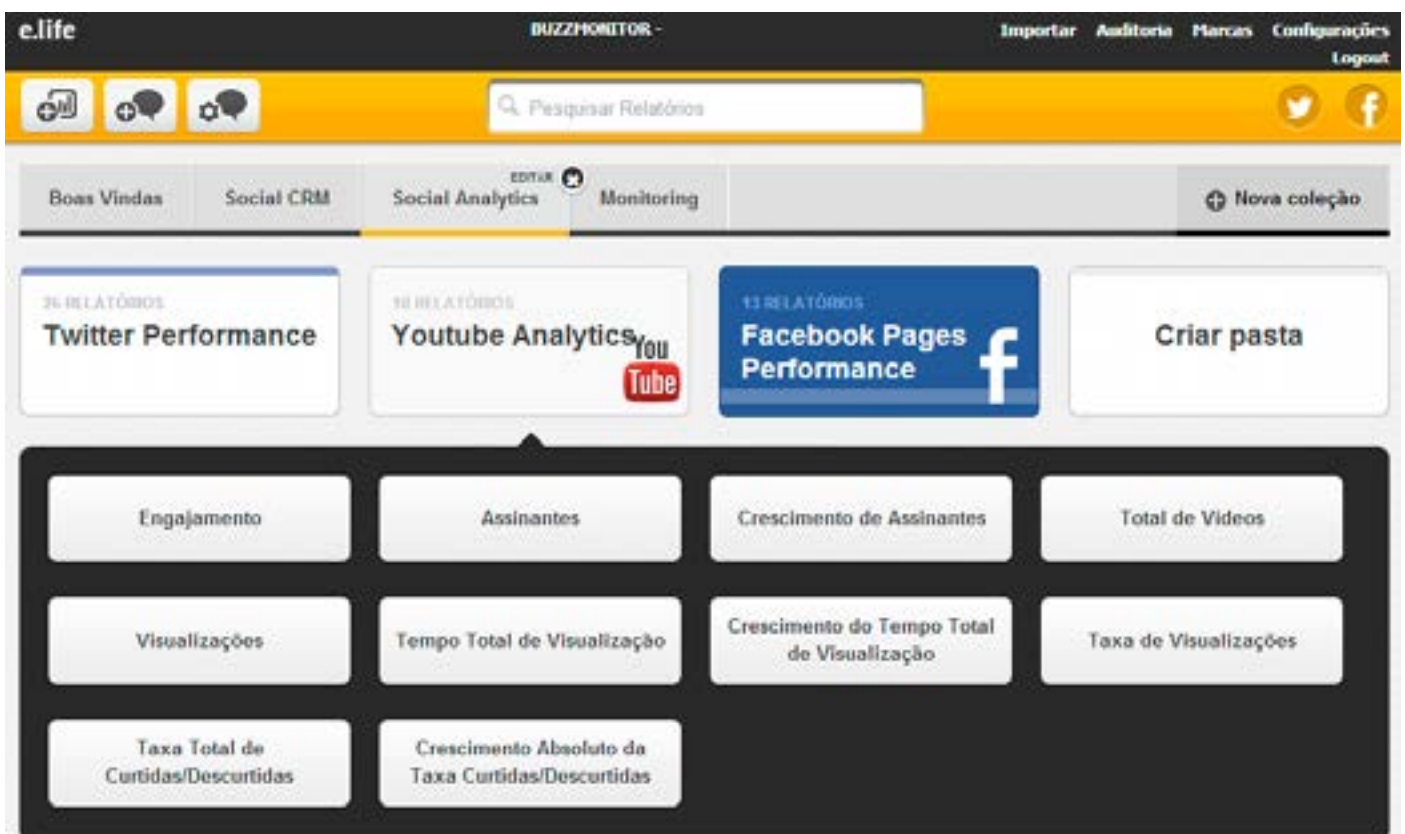
2. Insira o link do canal da marca no Youtube e clique em "Estimar Buzz".



3. Depois clique em “Salvar marcas e ver meus relatórios”.



4. Vá ao módulo Social Analytics para encontrar a pasta Youtube Analytics*.

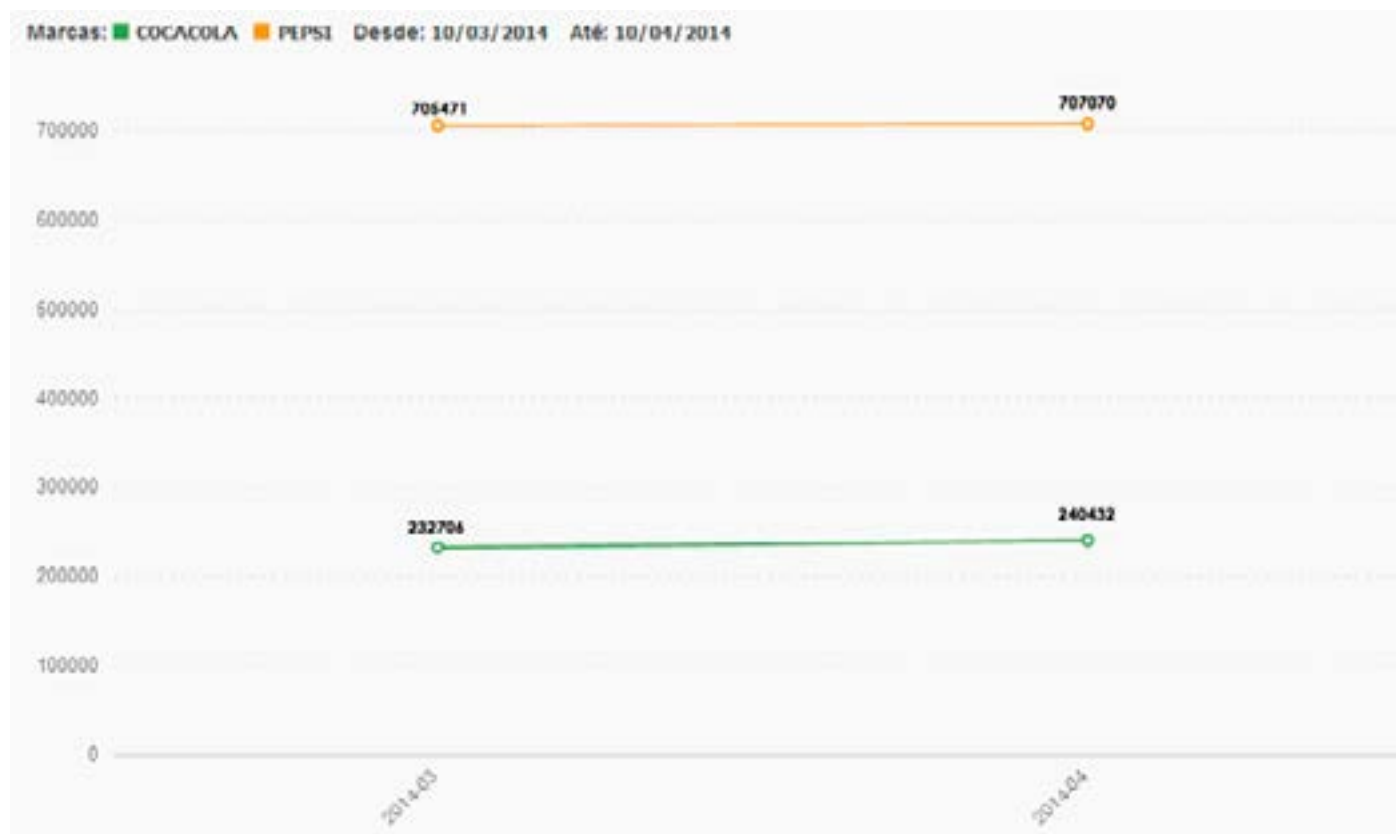


*No Youtube Analytics é necessário esperar por um período de pelo menos 24 horas para os dados serem recolhidos.

Métricas para a gestão do seu canal no Youtube

1. Assinantes

O que é: mostra o total de inscritos de cada canal e a diferença entre o início e o fim durante o período selecionado.



| | Resumo | Total de Assinantes | Diferença |
|--|----------|---------------------|-----------|
|  | CocaCola | 240.432 | 7.726 |
|  | Pepsi | 707.070 | 1.599 |

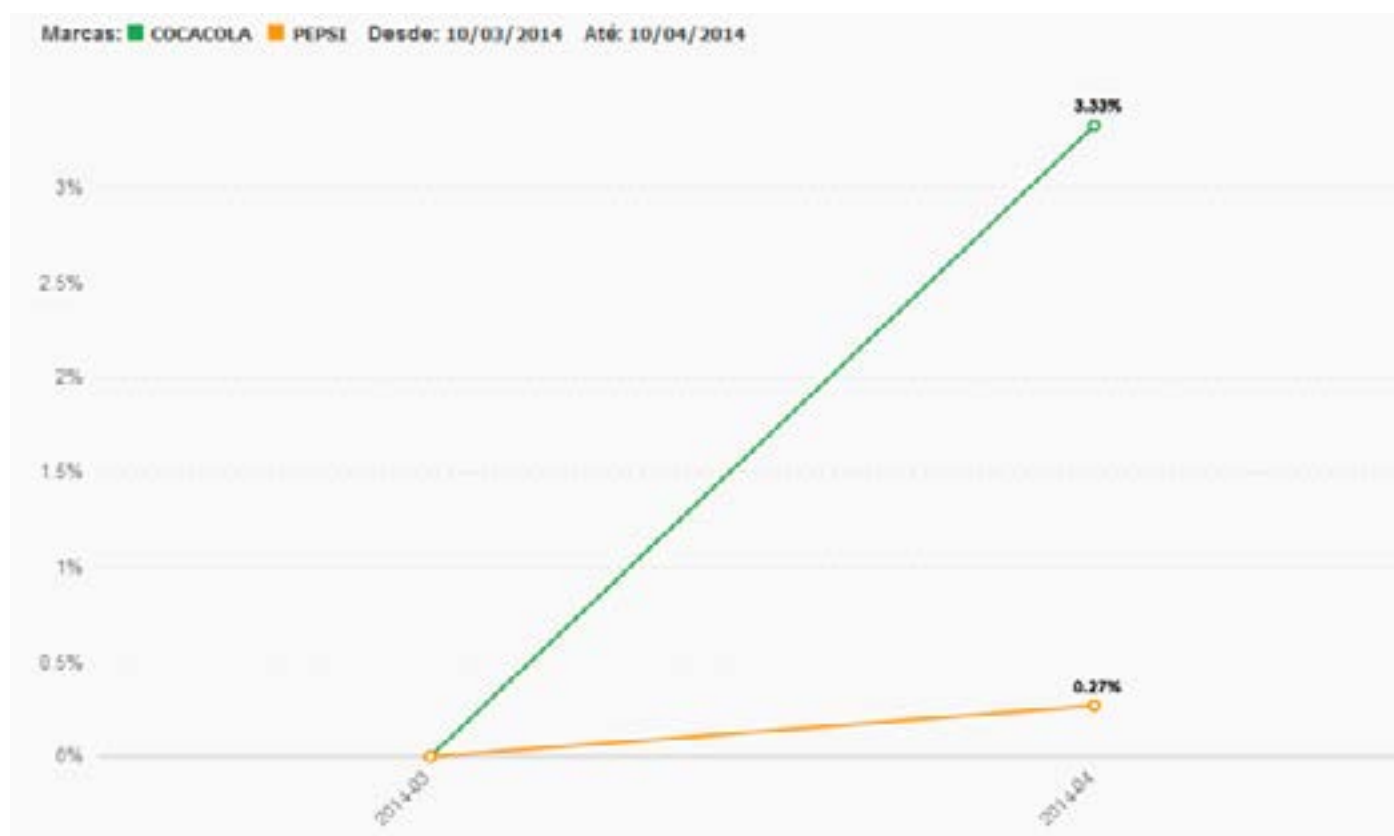
2. Crescimento de Assinantes

O que é: mensura a variação de inscritos nos canais durante o período selecionado.

Junto com a métrica Assinantes, analisar o crescimento é importante para tentar compreender os possíveis motivos que levaram um canal a obter mais inscritos do que o outro:

Nesse período, o canal X adicionou um novo vídeo? Se não, talvez tenha havido uma nova divulgação nas redes sociais ou o canal pode ter sido mencionado em outro lugar.

Por isso é essencial não só monitorar o Youtube, mas também as redes sociais e inserir termos de busca que ajudem você a ficar por dentro de tudo o que falam a respeito das marcas concorrentes.



| | Resumo | Variação Máx. | Variação Min. | Variação Média |
|---|----------|-----------------------|---------------------|----------------|
|  | CocaCola | 7,726 April 1 2014 | 279 March 1 2014 | 250.16 |
|  | Pepsi | 1,509 April 1 2014 | 207 March 1 2014 | 56.44 |

3. Total de Vídeos

O que é: além de mensurar o total, contabiliza o crescimento médio e máximo de vídeos durante o período selecionado.

Se o canal X está obtendo mais inscritos do que o canal Y, talvez seja por que ele mantém uma rotina de postagens. Como falamos anteriormente, postar vídeos regularmente é importante para estabelecer um padrão e não deixar que seus seguidores se esqueçam de você.



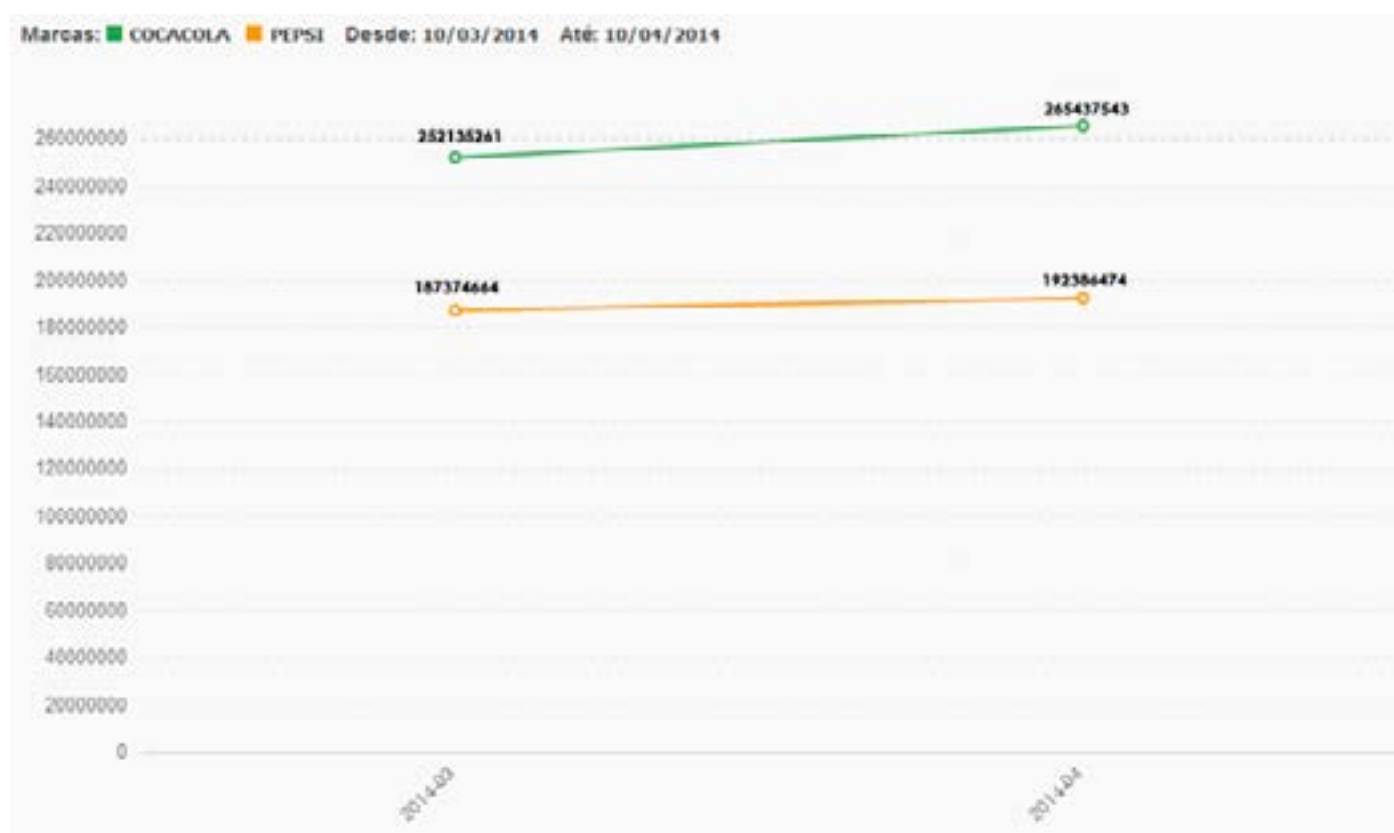
| | Resumo | Total | Crescimento Médio por Dia | Crescimento Máximo |
|---|----------|-------|---------------------------|--------------------|
|  | CocaCola | 2,702 | 6.12 | 36 Abr 2 2014 |
|  | Pepsi | 885 | 0.04 | 1 Abr 2 2014 |

4. Visualizações

O que é: além de mensurar o total, contabiliza a variação de visualizações durante o período selecionado.

O gráfico de visualizações é cumulativo, ou seja, o total de visualizações obtido até o dia 13 de março de 2014, por exemplo, se somará as visualizações recebidas no dia 14.

Dessa forma, também é possível descobrir se durante o tempo analisado algum vídeo foi excluído do canal, já que, se esse for o caso, o total de visualizações de um dia estará menor do que o do dia anterior.



| | Resumo | Total de Visualizações | Variação de Visualizações |
|---|----------|------------------------|---------------------------|
|  | CocaCola | 265.437.543 | 13.302.282 |
| | Pepsi | 192.386.474 | 5.011.810 |

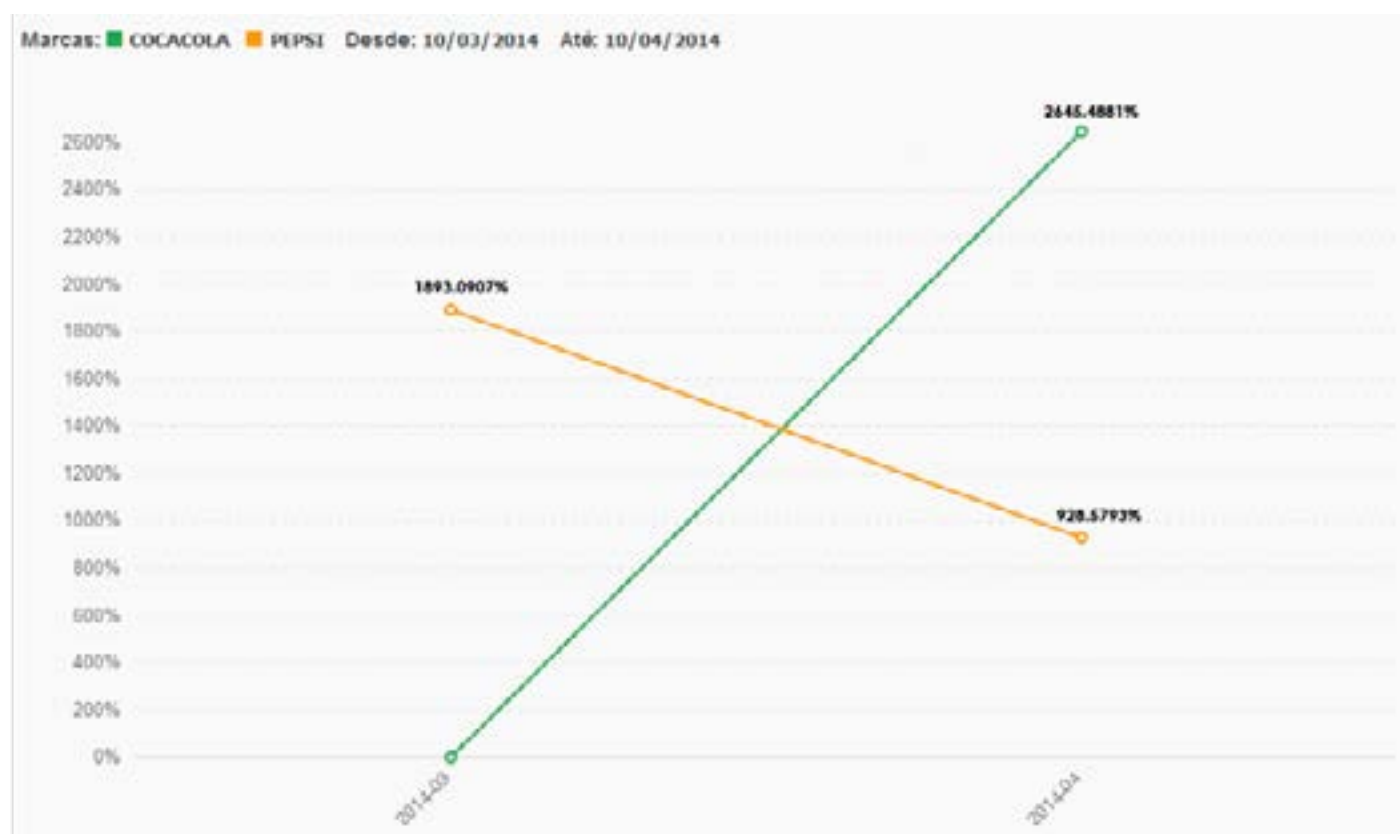
5. Engajamento

O que é: engajamento é um conceito utilizado para medir o quanto os usuários se envolvem com a sua marca, ou seja, o quanto eles comentam, curtem e compartilham o seu conteúdo. É o principal meio de proporcionar uma base referencial para comparação com os concorrentes.

No Buzzmonitor Youtube Analytics é mensurado o engajamento médio do canal durante o período selecionado, além do total de interações (curtidas, “descurtidas” e comentários).

Como é calculado:

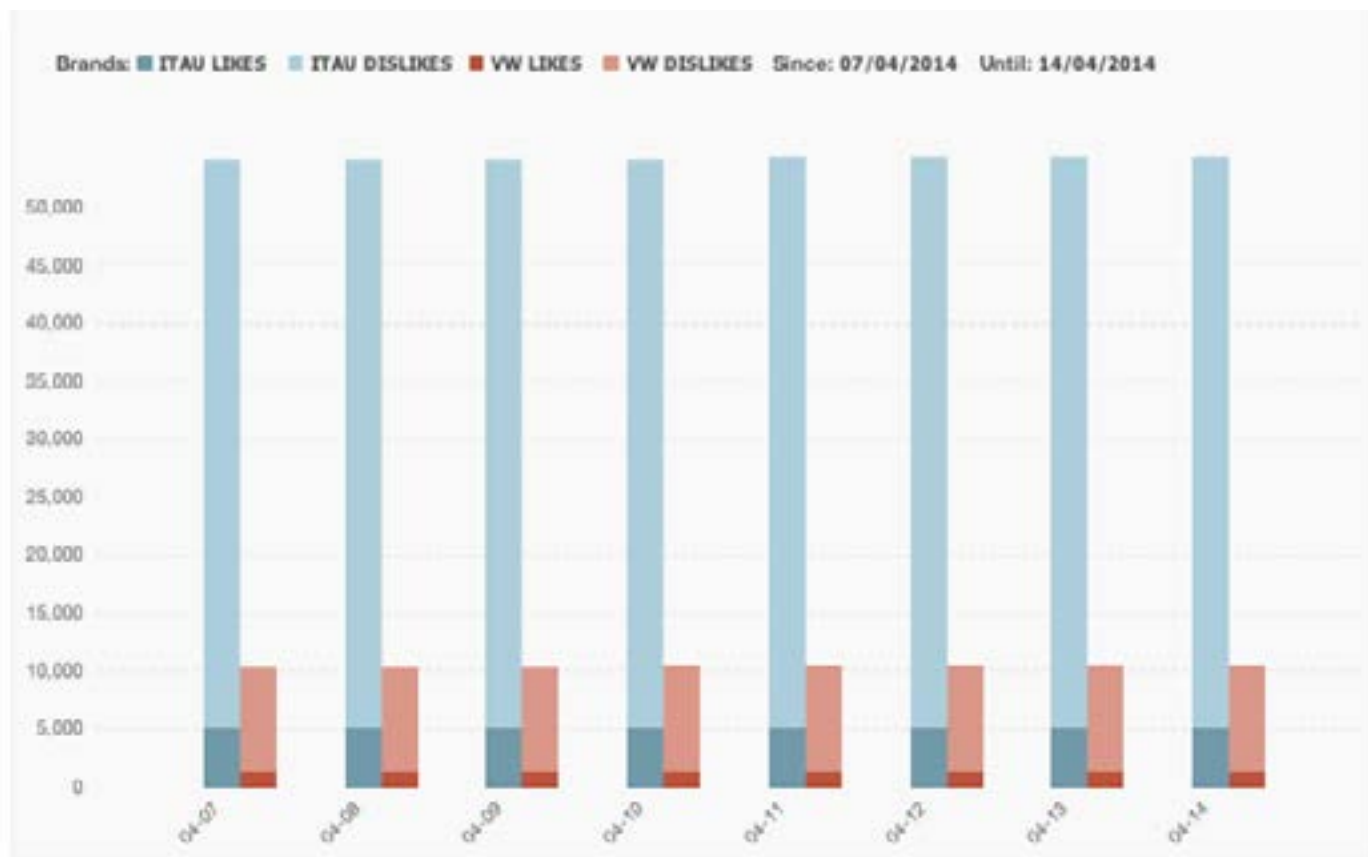
$$\frac{(\text{likes} + \text{dislikes} + \text{comentários})}{\text{nº de inscritos}}$$



| | Resumo | Engajamento Médio | Total Interações | Curtidas | Descurtidas | Comentários |
|---|----------|-------------------|------------------|----------------------|--------------------|---------------------|
|  | CocaCola | 1,322.74% | 20,026,884 | 14,577,819 72.79% | 1,776,126 8.87% | 3,672,939 18.34% |
|  | Pepsi | 1,410.84% | 19,920,912 | 16,627,864 83.97% | 878,133 4.41% | 2,515,215 12.62% |

6. Total Likes and Dislikes Rate

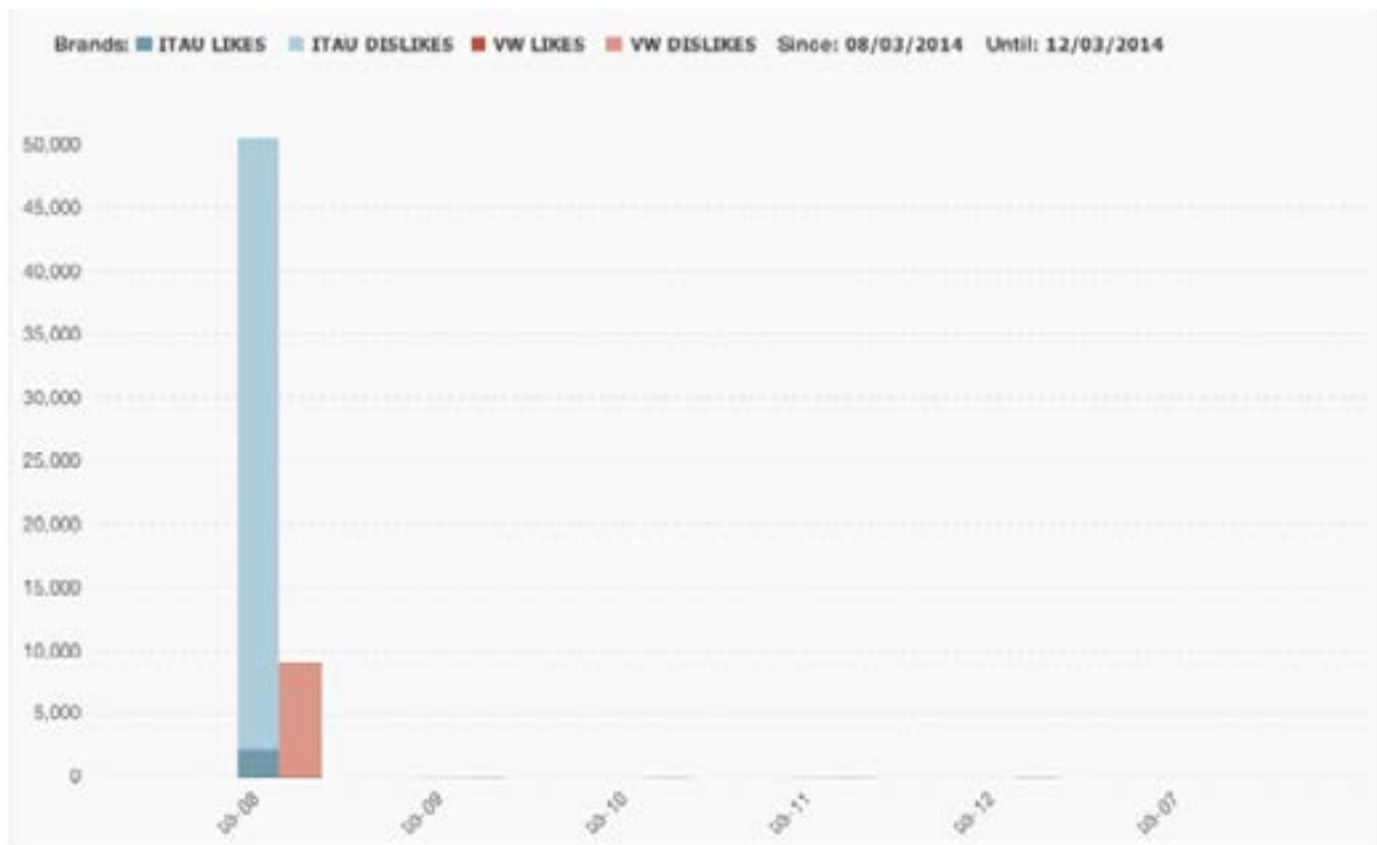
O que é: compara em números absolutos o total de curtidas e “descurtidas” de cada canal analisado. Além disso, mostra em quais dias houve a melhor e a pior proporção.



| Summary | | Likes/Dislikes | Best Ratio | Worst Ratio | Avg Ratio |
|---|------|---------------------------|---|--|-----------|
|  | Itaú | 303,530/40,758 90.615% | 49,079/5,065 90.645% April 7 2014 | 49,248/5,116 90.589% April 12 2014 | 90.615% |
| | VW | 72,496/10,817 87.016% | 9,113/1,354 87.064% April 13 2014 | 8,972/1,350 86.921% April 7 2014 | 87.016% |

7. Total Growth Likes and Dislikes Rate

O que é: mensura a variação de crescimento do total de likes e dislikes. Além disso, mostra em quais dias houve a melhor e a pior proporção.



| Summary | | Total Growth | Best Ratio | Worst Ratio | Avg Ratio Change |
|---|------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------|
|  | Itaú | 48,360/2,186 22.123% | 6/0 100% March 12 2014 | 0/3 0% March 12 2014 | 45.229 |
| | VW | 8,723/-261 -33.421% | -659/4 100.611% March 12 2014 | 0/-306 0% March 12 2014 | 35.376 |
|  | | | | | |

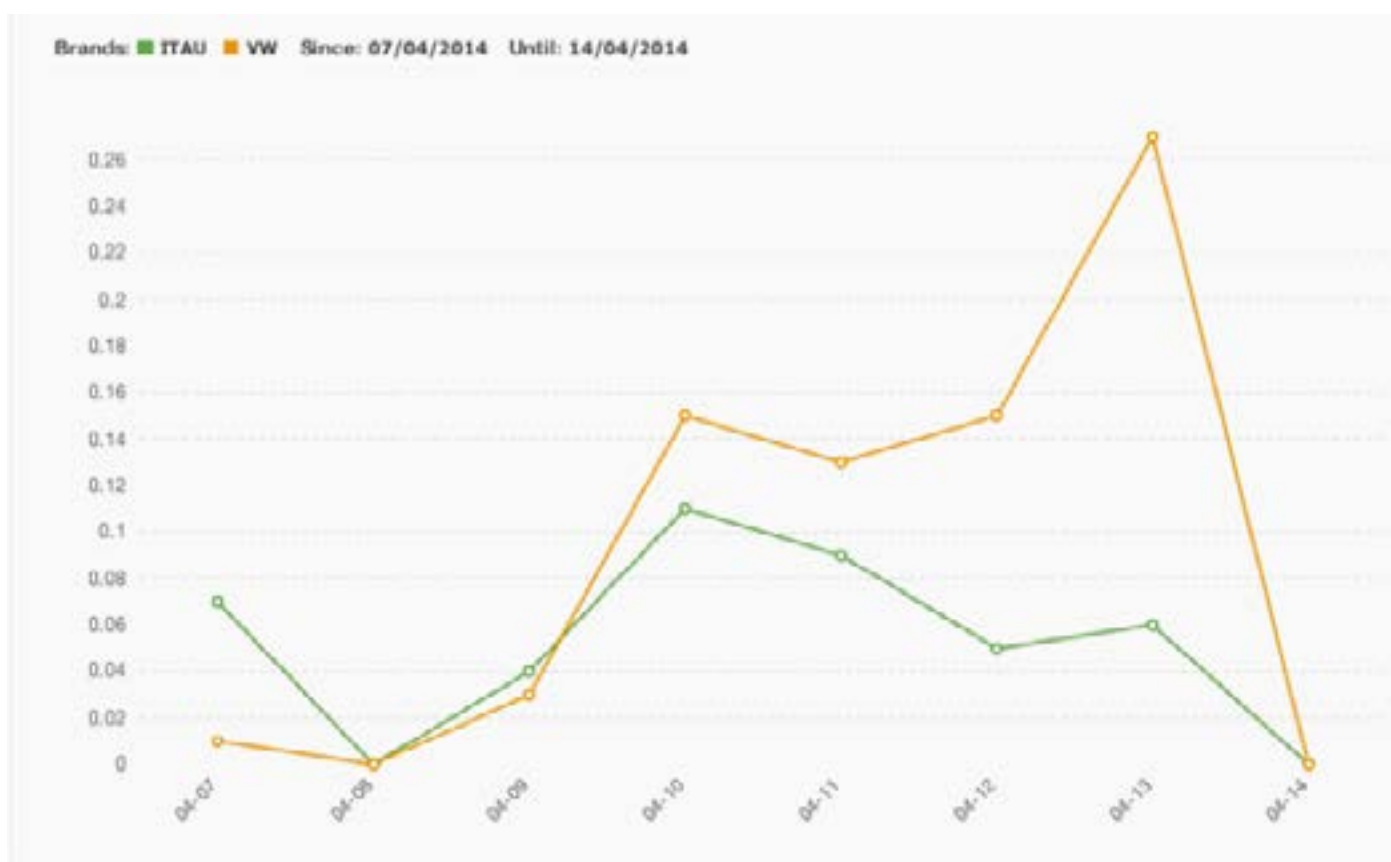
8. View Rate



O que é: calcula o efeito viral do seu conteúdo, ou seja, é focado no engajamento que o seu conteúdo gera. Quanto mais ações forem feitas, maior o poder de engajamento do seu conteúdo.

Como é calculado:

(likes + dislikes + comentários)

visualizações do período



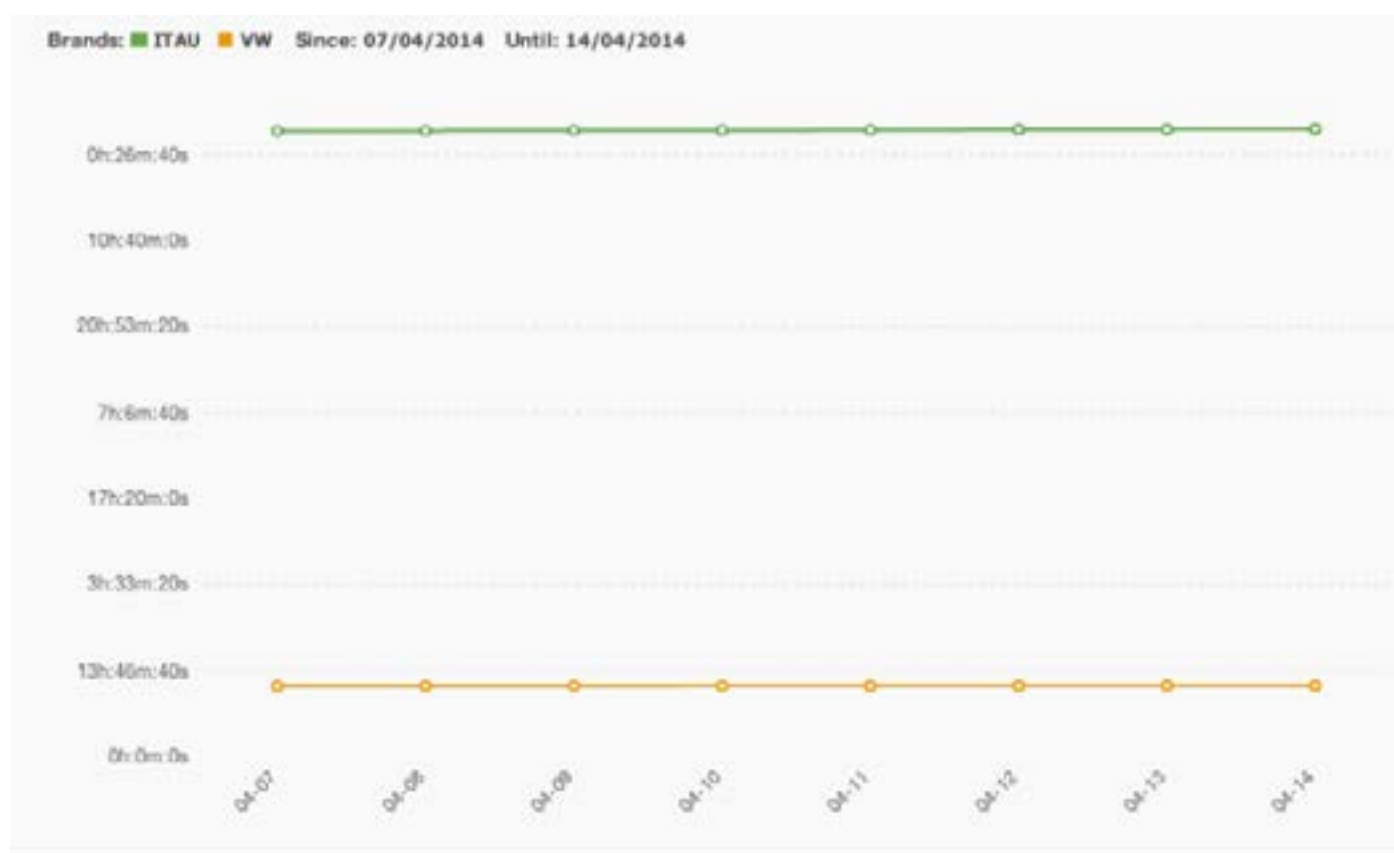
| | Summary | Total Interactions | Likes | Dislikes | Comments | Avg Channel Rate |
|---|---------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
|  | Itaú | 516,850 | 393,530 76.14% | 40,758 7.89% | 82,562 15.97% | 0.06 |
|  | VW | 95,561 | 72,498 75.86% | 10,817 11.32% | 12,248 12.82% | 0.106 |

9. View Growth Rate

O que é: calcula o total de horas assistidas do seu canal pelos usuários do Youtube durante o período selecionado. Além disso, mensura a diferença no número de visualizações.

Como é calculado:

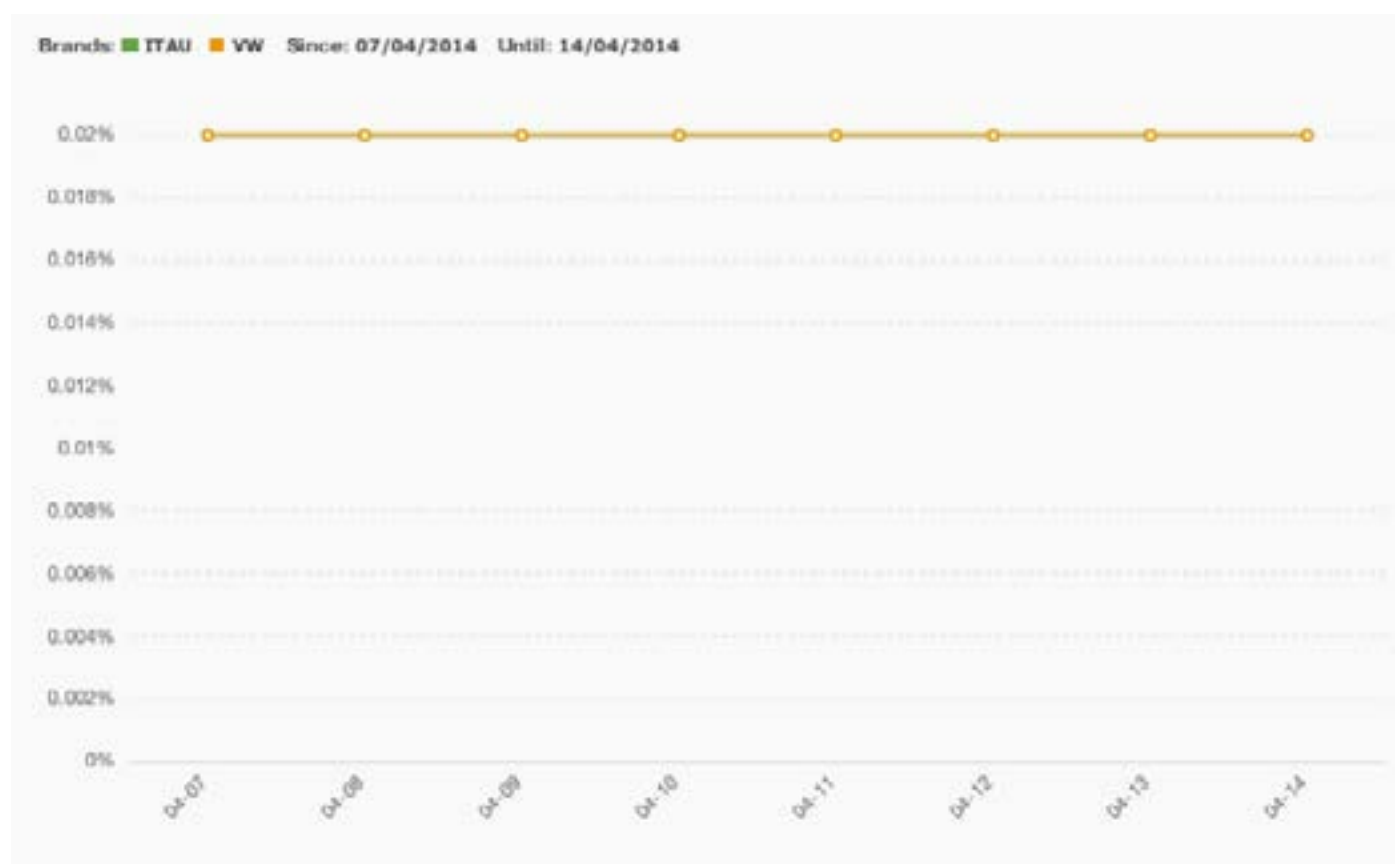
visualização mais recente - visualização mais antiga



| Summary | | Total Time Viewed | Change in Total Time |
|---|------|---|-------------------------------|
|  | Itau | 2 months 24 days 10 hours 56 minutes 41 seconds | 6 hours 35 minutes 33 seconds |
|  | VW | 9 days 12 hours 19 minutes 39 seconds | 1 hours 28 minutes 13 seconds |

10. Total Growth View Rate

O que é: mensura a variação de crescimento do total tempo assistido durante o período analisado.



| Summary | | Max Change | Min Change | Avg Change |
|--|------|-----------------------|------------|------------|
|  | Itaú | 0.02% April 7 2014 | 0% | 0.02% |
| | VW | 0.02% April 7 2014 | 0% | 0.02% |

Batalha de Canais

Comparamos o desempenho de marcas concorrentes no Youtube.

Entenda as métricas na prática e visualize o porquê de cada uma ser tão importante para o seu monitoramento!

Batalha de Canais

Gostou do nosso e-book?



Siga nossos canais e fique por dentro das próximas novidades!

[/buzzmonitor](#)



[@buzz_monitor](#)



[Buzzmonitor](#)

www.buzzmonitor.com.br

Ou entre em contato com:

Fernando Panveloski

fernando.panveloski@buzzmonitor.com.br

+55 11 2339 4928 Ramal 38