



MISSÃO YOUTUBE

5 Táticas Infalíveis Para Transformar
a **Rede de Vídeos** Em Uma Avalanche
de **Vendas** Todos Os Meses



ATENÇÃO

Para uma melhor experiência na leitura do seu **E-book no celular**, verifique se teu aplicativo de leitura permite o funcionamento dos links internos a fim de navegar pelo índice/sumário e para ver conteúdos externos. Siga os **passos abaixo** e aproveite melhor a sua leitura.

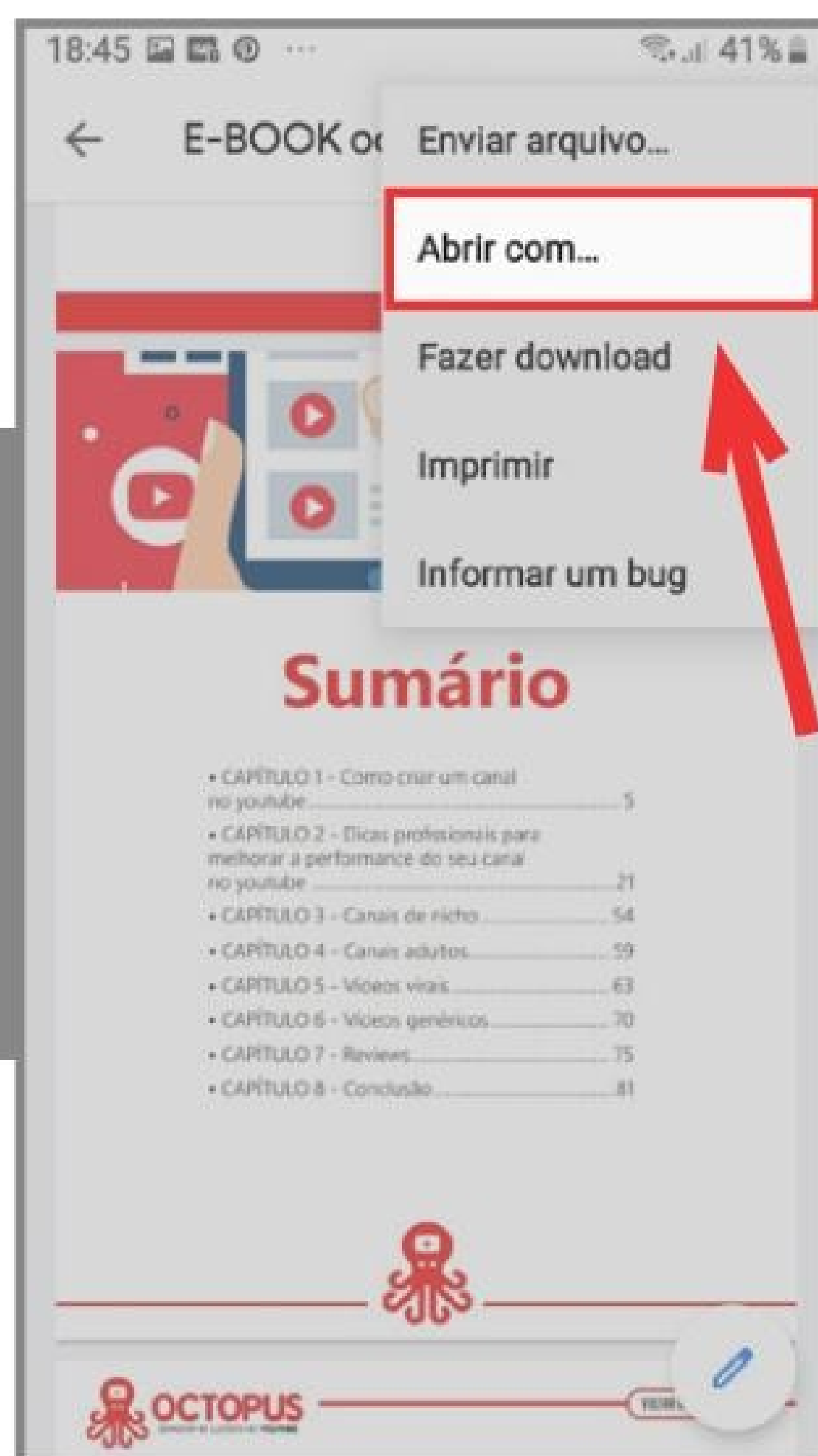
PASSO 1

Ao abrir o seu arquivo no celular, clique nos três pontos do canto superior direito para acessar as opções.



PASSO 2

Em seguida clique em abrir com...



PASSO 3

Agora é só escolher outro aplicativo da sua preferência (Word por exemplo) e assim os links internos vão funcionar normalmente.





MISSÃO YOUTUBE

5 Táticas Infalíveis Para Transformar
a **Rede de Vídeos** Em Uma Avalanche
de **Vendas** Todos Os Meses

Copyright © 2019
Todos os direitos reservados

Todo o conteúdo parcial ou integral deste e-book não pode ser divulgado para uso público ou privado sem atribuição dos devidos créditos ao autor.

INTRODUÇÃO

Você já assistiu um vídeo no YouTube e pensou “esse cara deve ser muito sortudo. Ganha dinheiro e fala do que gosta”? Acho que todos nós já sentimos isso.

É uma vida ótima. Trabalhar com o que você gosta, ganhar dinheiro e ser o seu próprio chefe. Mas, como chegar lá? Como transformar aqueles vídeos em uma fonte de renda confiável?

É justamente sobre isso que o ebook “MI\$\$\$ÃO YOUTUBE: 5 Táticas Infalíveis Para Transformar a Rede de Vídeos Em Uma Avalanche de Vendas Todos os Meses” trata.

Aqui, você aprenderá todos os passos, desde a criação do seu próprio canal, até como monetizar seus vídeos, passando por SEO e como criar vídeos. Tudo isso, feito de forma descomplicada para tornar o seu aprendizado muito mais rápido.

Então, seja bem-vindo e aproveite esse material feito para mudar a sua vida.





OCTOPUS

GERADOR DE LUCROS NO YOUTUBE

[Inédito] **Software Exclusivo e Método Passo-a-Passo** Permitem a Você **Ganhar Dinheiro Através do YouTube** Sem Precisar Gravar Vídeos



QUER SABER COMO? CLIQUE AGORA

WWW.SISTEMAOCOTOPUS.COM.BR



Sumário

- CAPÍTULO 1 - Como criar um canal no youtube7
- CAPÍTULO 2 - Dicas profissionais para melhorar a performance do seu canal no youtube 23
- CAPÍTULO 3 - Canais de nicho 57
- CAPÍTULO 4 - Canais adultos..... 62
- CAPÍTULO 5 - Vídeos virais..... 66
- CAPÍTULO 6 - Vídeos genéricos..... 73
- CAPÍTULO 7 - Reviews..... 78
- CAPÍTULO 8 - Conclusão..... 84



CAPÍTULO 1

▶ Como criar um canal no youtube

Criar conteúdo em vídeo tem sido algo cada vez mais difundido, principalmente por esse formato ser muito procurado pelos internautas.

Isso acontece porque assistir vídeos é uma maneira prática e até mesmo mais fácil de aprender sobre assuntos diversos. Por esse motivo, há um alto volume de buscas por vídeos.

Segundo dados do próprio YouTube, são assistidas por dia 1 bilhão de horas, por mais de 1 bilhão de usuários. É por isso que muitas pessoas têm buscado trabalhar com essa estratégia, seja como sua fonte de renda principal ou como uma ferramenta para divulgar seu negócio.

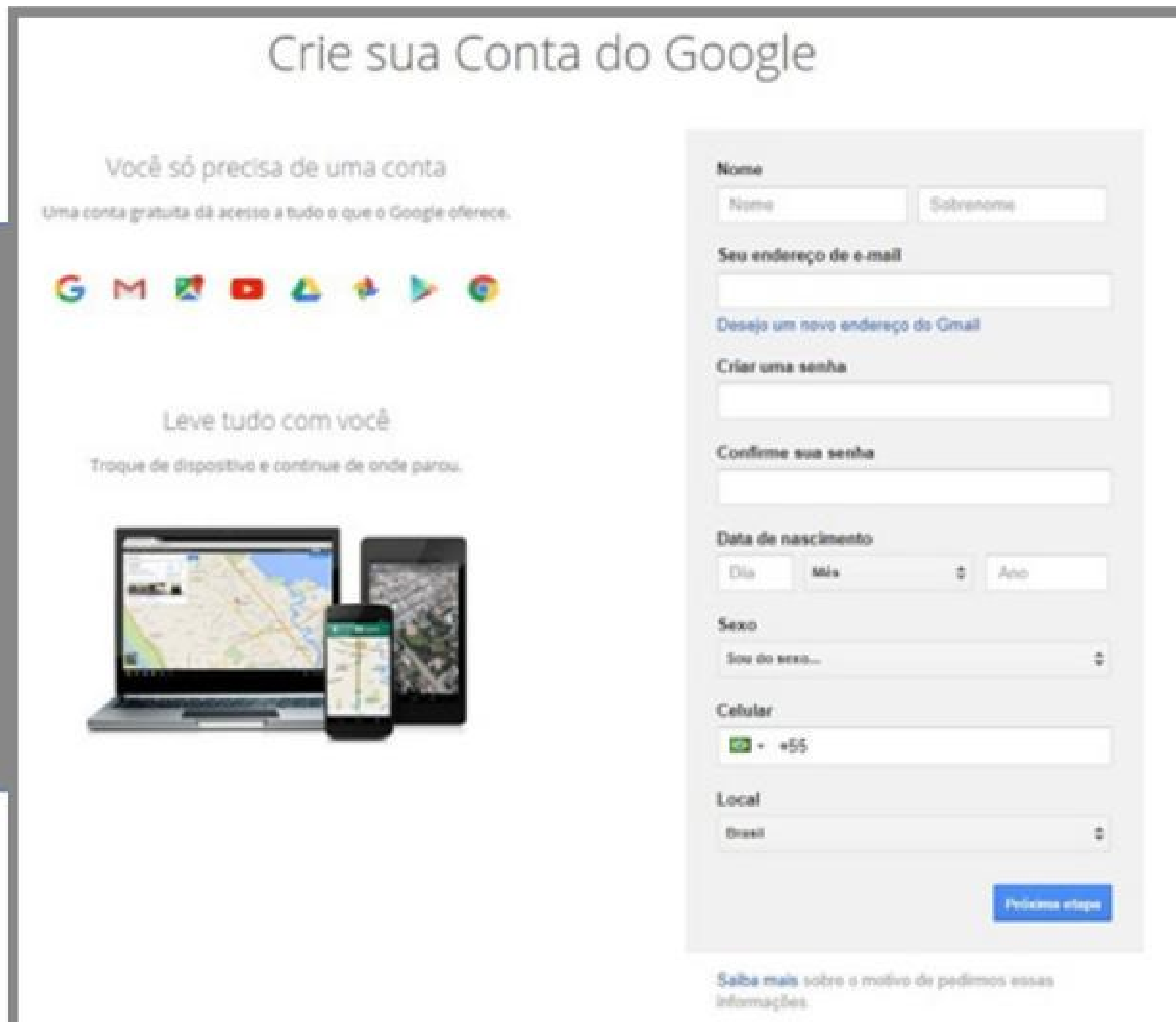
Porém, para aqueles que estão começando agora, há algumas dúvidas a respeito de como criar um canal no YouTube, a principal rede de distribuição orgânica de vídeos.

Então, para te ajudar a entender melhor como funciona essa plataforma, criamos um checklist completo para que você possa começar seu canal hoje mesmo.

- 1º – Entre no **YouTube** e faça login em sua conta do **Google**;
- 2º – Selecione a opção **Meu canal** para criar seu canal;
- 3º – Escolha o **nome de seu canal**;
- 4º – Personalize seu canal com **imagens** e **descrições**;
- 5º – Poste seus vídeos em **seu canal do YouTube**.

Há duas opções para criar um canal no YouTube: pessoal ou com nome de uma empresa. Neste post, vamos te mostrar as duas opções para que você escolha a que melhor se adequar para seus objetivos nessa rede.

A maioria dos passos são similares para os dois tipos de conta. Então, falaremos deles e mostraremos as diferenças para a criação de um canal pessoal e um corporativo ao longo da criação do canal.



The image shows a screenshot of the Google account creation page. The title is "Crie sua Conta do Google". Below the title, it says "Você só precisa de uma conta" and "Uma conta gratuita dá acesso a tudo o que o Google oferece." There are icons for Google, Gmail, Drive, YouTube, Photos, Maps, and Play Store. Below that, it says "Leve tudo com você" and "Troque de dispositivo e continue de onde parou." There is an image of a laptop, a smartphone, and a tablet. On the right side, there is a form with the following fields: "Nome" (with sub-fields for "Nome" and "Sobrenome"), "Seu endereço de e-mail", "Deseja um novo endereço do Gmail", "Criar uma senha", "Confirme sua senha", "Data de nascimento" (with sub-fields for "Dia", "Mês", and "Ano"), "Sexo" (with a dropdown menu "Sou do sexo..."), "Celular" (with a dropdown menu for country code "+55"), and "Local" (with a dropdown menu for "Brasil"). At the bottom right of the form is a blue button labeled "Próxima etapa". At the bottom left of the form is a link that says "Saiba mais sobre o motivo de pedimos essas informações".

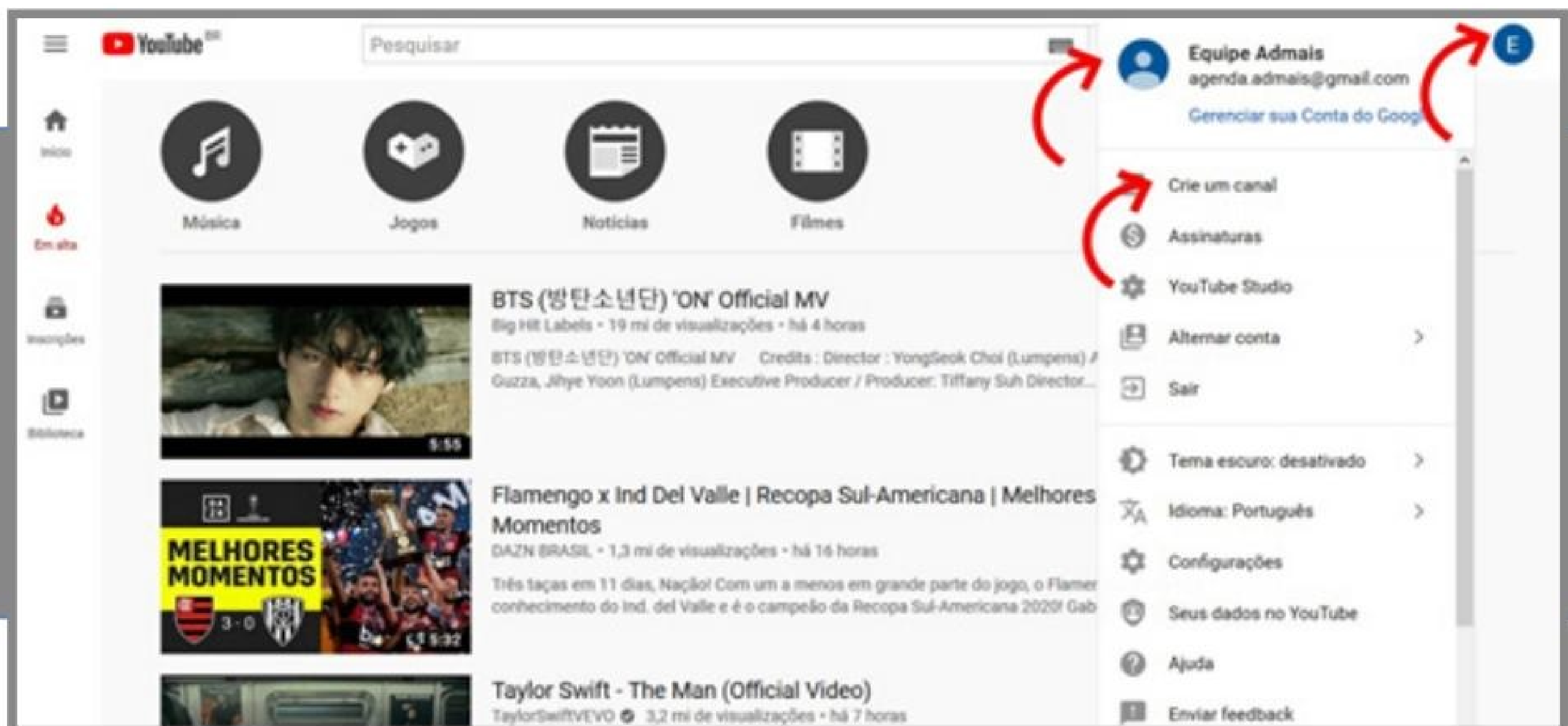
PASSO 1 - Faça login em sua conta do Google

Independentemente do tipo de canal que você terá, saiba que é preciso criar uma conta do Google.

Para isso, basta que você entre no próprio site do YouTube, clique em Fazer login, que estará localizado no canto direito superior da tela ou no canto inferior esquerdo, e preencha com sua conta pessoal ou corporativa, caso você já tenha uma.

Se você ainda não tem uma conta, assim que abrir a tela para preencher os campos com e-mail/telefone e senha, basta clicar em Mais opções (abaixo de Esqueceu seu e-mail?) e Criar conta.

Crie sua conta completando as informações solicitadas.



PASSO 2 - Crie seu canal

No canto superior direito, caso você já tenha uma conta, é provável que apareça uma imagem sua ou o logo de sua empresa se você tiver definido uma foto em seu perfil.

Se você não tiver uma foto, aparecerá um círculo com as primeiras letras de seu nome.

Clique nesse círculo e, em seguida, selecione Meu canal.

PASSO 3 - Escolha o nome para usar seu canal

Nessa etapa, preencha as informações com seu nome, para um canal pessoal, ou com o nome de sua empresa, para um canal corporativo. Clique em Criar canal.

Se você já tiver uma conta de marca e utilizar essa conta para criar um canal no YouTube, você pode fazer todos os passos anteriores para criar seu canal ou então selecionar a conta corporativa para ser direcionado a um canal já existente.

Pronto! Seu canal no YouTube já está criado.

Agora, você pode começar a personalizá-lo.

▶ Como personalizar seu canal

Assim que você clicar em Criar canal, abrirá uma página com suas informações.

PASSO 1 - Clique em Personalizar canal:



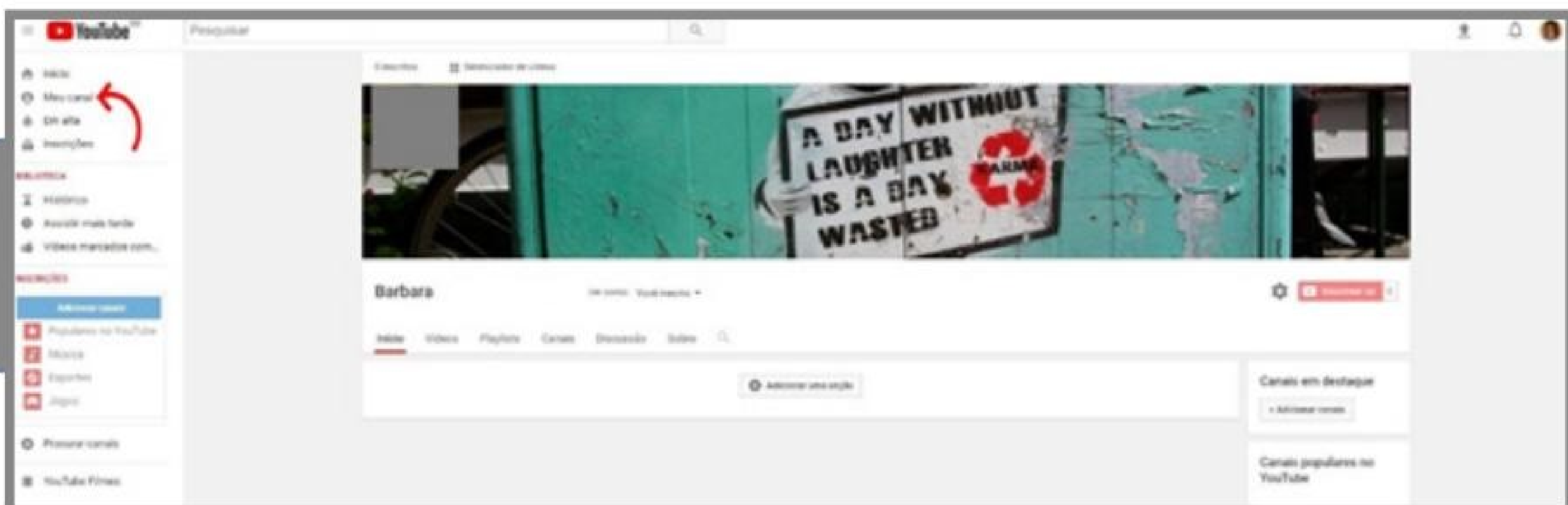
PASSO 2 - Edite as imagens conforme seu gosto

Se for uma conta pessoal, você pode acrescentar imagens suas. Porém, se seu objetivo é criar um canal no YouTube para sua marca, lembre-se de personalizá-lo com seu logo:

- Adicione uma arte para o canal (o tamanho recomendado é de 2560 x 1414 e, no máximo, 6 MB);
- Acrescente Canais em destaque;
- Troque sua foto de perfil;
- Ative/Desative os Canais populares no YouTube;
- Adicione uma seção caso você queira fazer vídeos com temas diferentes e deseje separá-los.

Nessa etapa você pode inclusive ajustar o idioma, local de conteúdo e se deseja ou não que seu canal esteja em modo restrito (para ocultar vídeos que possam conter conteúdo inadequado).

PASSO 3 - Clique em Meu canal, no canto superior esquerdo, para visualizar como seu canal ficou depois de personalizado



▶ Como postar vídeos no youtube

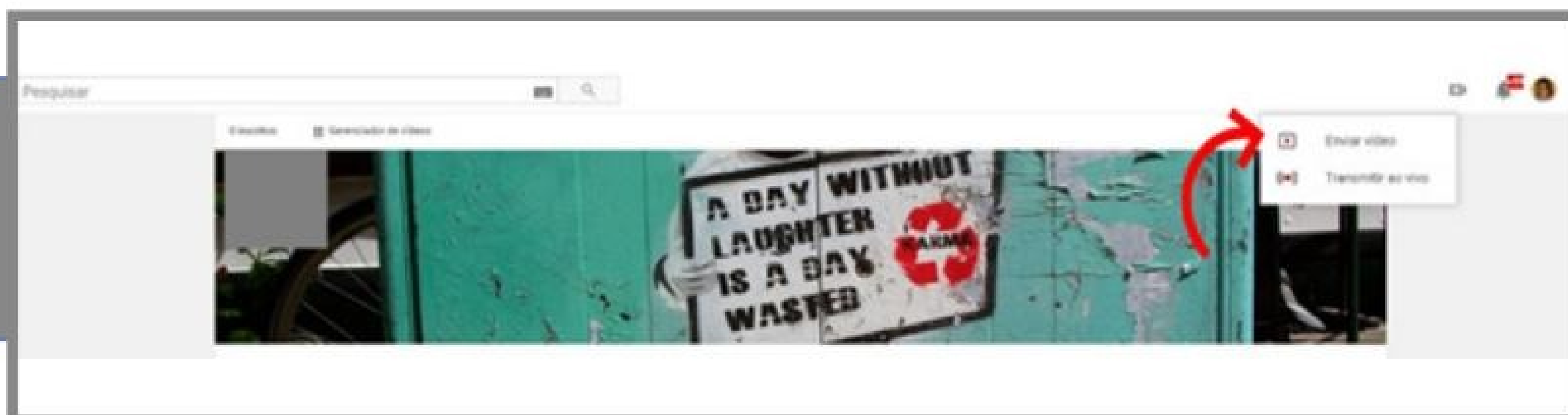
Depois de criar um canal no YouTube, já está na hora de começar a postar seus vídeos.

Antes de tudo, você precisa ter um vídeo gravado. Isso envolve etapas que vão desde a pré-produção de seu conteúdo, como definir o nicho para o qual você falará, até a pós-produção, como a divulgação de seus vídeos, por exemplo.

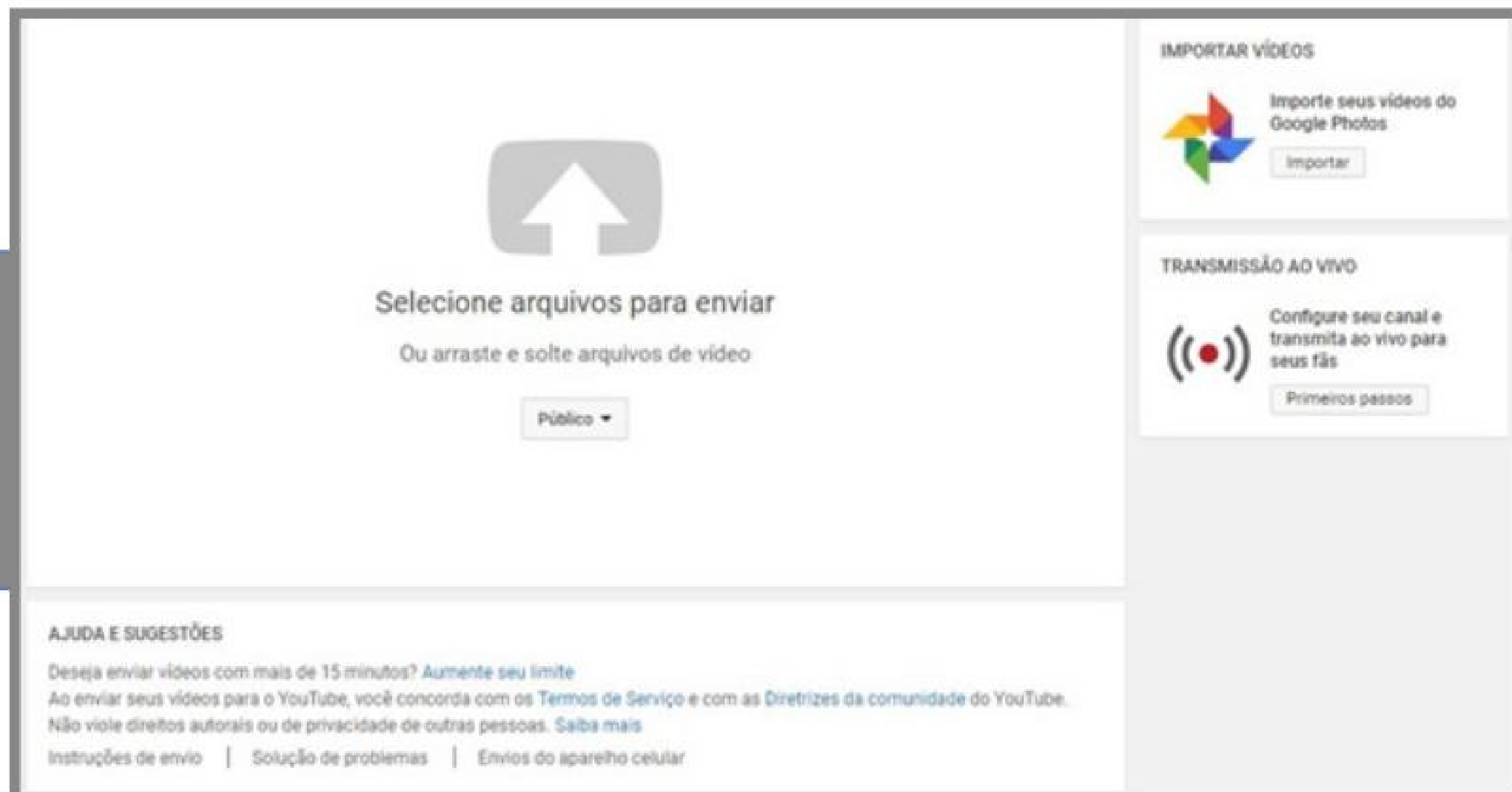
Aqui no blog, já falamos sobre esse assunto, e você pode conferir o passo a passo completo do processo de criação de conteúdo em vídeo aqui.

Depois de ter um vídeo gravado e editado, você poderá postá-lo em seu canal.

PASSO 1 - Clique no ícone em formato de câmera que está localizado no canto superior direito, próximo ao pequeno círculo com sua foto e, em seguida, clique em Enviar vídeo.



PASSO 2 - Na tela que abrir, clique em Selecione arquivos para enviar e escolha o vídeo em seu computador. Você perceberá que há também a opção de importar vídeos do Google Photos e fazer uma transmissão ao vivo.



Perceba que você só poderá enviar vídeos que tenham até 15 minutos. Caso você queira postar vídeos maiores, é necessário aumentar seu limite.

Para isso, basta verificar sua conta por telefone clicando em Aumente seu limite, logo abaixo de Ajuda e Sugestões.

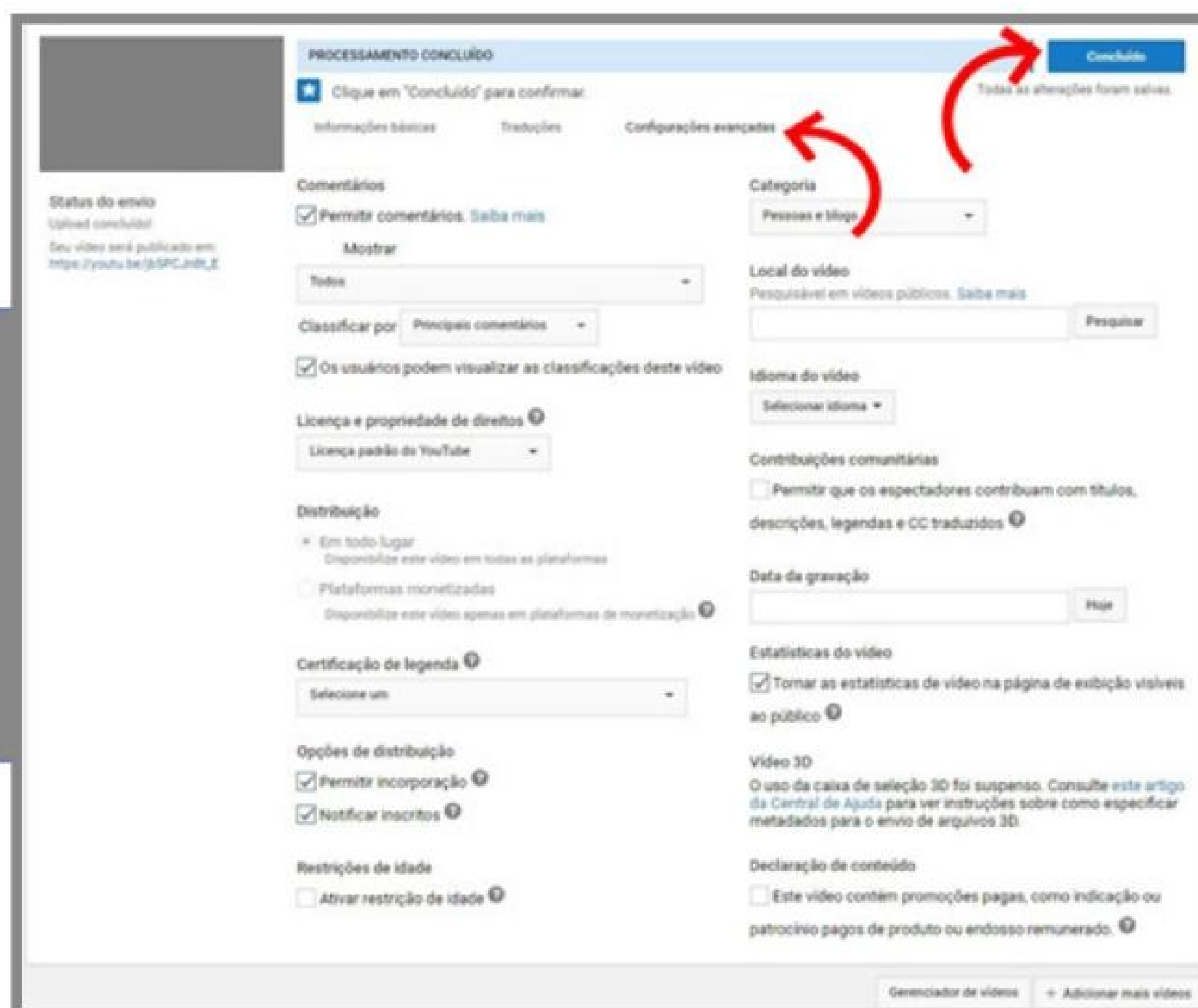
PASSO 3 - Preencha as Informações básicas de seu vídeo, como título, descrição, marcações e a miniatura do vídeo que aparecerá (para miniaturas personalizadas, é necessário que sua conta seja verificada).

Além disso, é nessa etapa que você definirá o modo como seu vídeo aparecerá:

- **Público:** todos os usuários do YouTube terão acesso a seu conteúdo;
- **Não listado:** apenas pessoas que têm o link para seu vídeo poderão assisti-lo;
- **Privado:** somente você poderá visualizar o vídeo;
- **Programada:** você poderá escolher um dia e um horário para seu conteúdo ser postado.

PASSO 4 - Clique em Configurações avançadas para completar informações como:

- Permitir ou não comentários;
- Escolher entre Licença padrão do YouTube ou Creative commons (licença exclusiva para conteúdos 100% originais);
- Categoria do vídeo;
- Idioma etc.



PASSO 5 - Clique em Concluído, no canto superior direito e pronto! Seu vídeo já estará no YouTube.

Caso você queira fazer alguma edição, basta clicar em Voltar para a edição e modificar o que você deseja. Clique no link disponibilizado para visualizar como seu vídeo aparece no YouTube.

Lembre-se que você pode sempre voltar e editar seu vídeo clicando em Editar vídeo.



▶ **Como atrair mais visibilidade para seu canal**

De nada adianta criar um canal no YouTube, ter vídeos postados, mas as pessoas não visualizarem seu conteúdo.

A maior frustração de quem começa um canal no YouTube é não ter audiência.

Realmente não é fácil conseguir um número alto de espectadores e inscritos, mas o maior erro da maioria das pessoas é não definir um público certo e não ter um objetivo claro.

Então, confira as dicas:

DICA 1 - Foque em apenas um assunto

Escolha um nicho e, de preferência, um subnicho para atuar. Não mude de tema a cada vídeo ou mesmo durante um mesmo conteúdo. Mantenha o foco!

DICA 2 - Faça uma pesquisa de palavras-chave

Pesquise as melhores palavras-chave para o assunto abordado utilizando o Google Trends, o recurso autocompletar do próprio Youtube (na aba anônima) e avaliando material de concorrentes.

Quanto mais importante a palavra-chave, mais indicado é que você a coloque no começo do título, para que os espectadores já saibam instantaneamente sobre o que você irá falar.

DICA 3 - Dê atenção ao título e à thumbnail do seu vídeo

Não se esqueça que o título e a thumbnail de seus vídeos são de extrema importância para chamar a atenção de espectadores.

Suas thumbs devem atrair o olhar das pessoas e entregar de forma bastante clara o assunto do vídeo.

Você pode até colocar alguma palavra-chave na imagem, para destacá-la.

DICA 4 - Publique com regularidade

Não importa se você irá postar vídeo uma vez por semana ou uma vez por dia.

O importante é deixar claro para sua audiência que você vai estar sempre ali, com uma periodicidade definida.

O ideal é ter um calendário de publicações e informar sua audiência sobre dias e horários de atividade no canal.

DICA 5 - Não enrole seu público

Comece seus roteiros já com um resumo do assunto, para que espectador sinta confiança e se disponha a te assistir por toda a duração do vídeo. Trabalhe muito bem suas introduções.

DICA 6 - Interaja com seus espectadores

Responda aos comentários de maneira pessoal e, durante os vídeos, instigue sua audiência a se inscrever, comentar e compartilhar. Também peça feedbacks e sugestões para materiais futuros.

DICA 7 - Analise seus resultados

Fique de olho nos dados do YouTube Analytics para entender melhor seus espectadores e moldar seu conteúdo para melhor agradá-los.

DICA 8 - Faça testes

Teste formatos, estilo de edição, modelos de thumbs e copy de títulos. No começo é provável que você tenha que se adaptar muito. Tente fazer isso sem perder o foco do canal. Caso sinta que não está dando certo, persista e continue tentando. Basta ver os conteúdos iniciais da maioria dos grandes canais para ver como eles também passaram por adaptações e foram se aprimorando.

Além disso, você pode também investir em publicidade paga, como o Google AdWords, para que seu vídeo chegue para mais pessoas.

O importante nessa etapa é fazer com que seu conteúdo seja visto e, se possível, compartilhado. Assim, outros usuários conhecerão seu canal e você conseguirá, aos poucos, se posicionar melhor nos resultados de busca do YouTube.



▶ Como rentabilizar seu canal no youtube

Você sabia que é possível gerar receita com seus vídeos no YouTube?

Até o final de 2018, qualquer pessoa que tivesse um canal com mais de 10.000 visualizações conseguia veicular anúncios em seus vídeos e receber por isso.

É claro que, para isso, era necessário cumprir alguns pré-requisitos, como:

1. Conseguir comprovar que seus vídeos eram 100% originais e produzidos por você;
2. Ter vídeos publicados constantemente em seu canal;
3. Seguir as regras da Comunidade do YouTube;
4. Ser residente e estar em um país ou região onde o Programa de parcerias do YouTube está disponível.

Além disso, era necessário ter uma conta no Google Ads, já que era por eles que os anúncios eram veiculados.

Porém, apesar de ser uma análise criteriosa, o YouTube percebeu que apenas essas informações não eram suficientes para deixar com que as pessoas rentabilizassem suas contas. Com isso, novas regras foram acrescentadas.

Para conseguir ganhar dinheiro com anúncios em seu canal no YouTube, você precisa:

1. Ter, no mínimo, mil inscritos em seu canal;
2. Ter pelo menos 4 mil horas de conteúdos assistidos nos últimos 12 meses;
3. Não violar nenhuma regra em seu canal, ou seja, não receber nenhuma denúncia feita por usuários e nem enviar SPAM.

Resumidamente, para você ter anúncios em seu canal no YouTube e conseguir ganhar dinheiro com eles você precisa:

- Postar conteúdos originais e produzidos por você periodicamente;
- Ter, pelo menos, 1 ano de conteúdos em seu canal;
- Ter uma audiência que te acompanha e assiste a seus vídeos sempre;
- Seguir todas as regras apresentadas no Termo de Serviço do YouTube.

Assim como todo conteúdo na internet, o importante é você pensar em seu público e criar algo que seja realmente valioso para os usuários.



CAPÍTULO 2

▶ **Dicas profissionais para melhorar a performance do seu canal no youtube**

Se você quer ganhar inscritos e crescer um canal no Youtube, vários pontos precisam ser trabalhados, como:

- Planejamento;
- Objetivo;
- Categorias de conteúdo;
- Frequência de upload;
- Duração de vídeos;
- Grade de programação;
- Roteiros;
- Thumbnails e Títulos;
- SEO e metadados.

Neste capítulo, vamos falar de todos estes itens e muito mais. Porém, antes de investigarmos cada um, você tem que entender o princípio básico do tão falado algoritmo da plataforma.



▶ O algoritmo do youtube

O Youtube é uma empresa privada e obviamente precisa de dinheiro para se manter. Eles fazem isso principalmente vendendo espaço para anúncios nos vídeos e em outros lugares no próprio site.

Quanto mais tempo você passa no Youtube, mais anúncios você vê, e assim mais empresas se interessam em comprar mais anúncios.

Pensando nisso fica bem claro porque para o Youtube é muito importante manter os espectadores assistindo a mais e mais vídeos na plataforma. Assim, o tempo desprendido ali vale muito mais do que número de visualizações.

É aí que entra o tal algoritmo, que nada mais é do que a fórmula usada no sistema com o objetivo de avaliar qual vídeo mantém as pessoas assistindo por mais tempo, quais canais atraem mais gente para ver mais conteúdo e por aí vai.

O que acontece é que esse mecanismo se tornou tão complexo que ninguém (nem mesmo os próprios programadores da Google) podem falar exatamente como ele funciona.

O que dá para saber é o objetivo final, que não é segredo para ninguém: manter as pessoas assistindo vídeos por mais e mais tempo. Em termos técnicos, aumentar o tempo de sessão.

O tempo de sessão (session time) vai além do tempo de exibição de um vídeo, que é aquela métrica que de fato está no YouTube Analytics, calculada em minutos.

Uma sessão é o tempo total que um usuário passa na plataforma.

Assim, o algoritmo prioriza conteúdos que as fazem iniciar pequenas “maratonas”, indo de um vídeo a outro.

Vídeos que favorecem esse comportamento possuem bom início de sessão (session start) e são mais bem avaliados pelo sistema.

Já os vídeos que levam as pessoas a saírem do Youtube apresentam altos índices de final de sessão (session end).

Conseqüentemente, estes últimos são “punidos” pelo algoritmo, que passa a recomendá-los cada vez menos.

Apesar da explicação simplificada, as coisas são bem mais complexas. Entre os pontos que o algoritmo leva em consideração estão outros índices como:

- Comentários;
- Marcações de “gostei” e uma infinidade de outras métricas.

Como você pode perceber é a inteligência artificial da plataforma que decide se compensa (ou não) exibir seus vídeos e canal para muita gente, ou se é melhor dar preferência para o conteúdo de outra pessoa, que demonstra maior sucesso em segurar usuários no site.

Então, antes de amaldiçoar o funcionamento do algoritmo, o melhor é aprender com ele e utilizá-lo a seu favor, mesmo que não seja um modelo perfeito (muito longe disso).

Além do mais, melhorar audiência é também o seu objetivo, certo?

▶ Planejamento do canal

Agora que você sabe a lógica do Youtube é preciso fazer um bom planejamento, pois criar um canal e desenvolvê-lo bem não é muito diferente de criar um negócio.

Assim, o primeiro passo a definir é: quem é seu público?

É uma pergunta básica, mas avaliar bem essa questão vai interferir em toda sua estratégia.

Quando a gente fala em canal no Youtube, muita gente associa aos canais de TV, mas não é bem por aí.

Na TV, não temos milhares de opções para escolher. Assim, um canal de esportes fala de futebol, vôlei, corrida, natação etc.

Já na internet, a experiência é muito mais personalizada e pessoal, então, dificilmente alguém se inscreve em um canal que fale de vários esportes ao mesmo tempo. Se você gosta de futebol e tem a opção de se inscrever em um canal que fale só de futebol, é provavelmente isso que vai fazer.

Por conta desse tipo de comportamento é muito importante pensar em um só público. Por isso, não fique variando o tema.

Defina bem o seu nicho de atuação.

Por exemplo, uma youtuber que faz vídeos sobre maquiagem pode até achar legal começar a falar sobre sua filhinha recém nascida e os desafios da maternidade. Afinal, se ela tem uma relação bem próxima com sua audiência, isso não deveria ser um problema, certo?



Na verdade, esse é justamente um tipo de erro bastante comum. Repare que são públicos totalmente diferentes: pessoas que querem aprender sobre maquiagem e pessoas interessadas no assunto maternidade.

Uma parcela do público pode até se interessar por ambos os temas, mas com certeza essa mistura não vai ajudar a trazer mais pessoas para o canal.

Essa youtuber ainda corre o risco de desagradar boa parte da audiência que se inscreveu somente pelos vídeos de maquiagem.

Se ela insistir em misturar os temas, parte do público que antes clicava e assistia a todos os conteúdos vai passar a assistir só aqueles sobre maquiagem (vamos supor, metade dos uploads) e muitos inscritos em potencial vão ver o canal como uma mistura de temas.

Para esses novos espectadores, a inscrição não será vantajosa, afinal, ninguém quer receber conteúdo que não está interessado.



Desse modo, o algoritmo percebe essa mudança de dinâmica e começa a avaliar mal aquele canal, considerando que ele já não agrada mais a maioria dos inscritos e que não atrai mais tanto interesse de usuários que se deparam com o conteúdo.

Aí, já imagina o resultado, né?

O Youtube passa a dar preferência e a privilegiar concorrentes que, no entendimento do algoritmo, possuem maior probabilidade de manter pessoas ali assistindo.

▶ **O objetivo (o que você entrega?)**

Agora que deixamos claro a importância de ter um único público, pense também no objetivo do canal, sob a perspectiva dos espectadores. Ou seja, “chegar a um número X de inscritos ou visualizações” não é um objetivo útil do ponto de vista estratégico e não diz respeito ao seu público.

Então pense por que alguém se inscreveria para receber seu conteúdo e no valor que você quer entregar.

Novamente, parece uma pergunta simples, mas é muito difícil desassociar nossa visão como criadores da visão externa, do público.

Em caso de dúvidas, faça o teste do “e daí?”: avalie se o conteúdo está de acordo com os interesses dos espectadores e com a proposta do canal.



▶ **Categorias help (ou hygiene), hub e hero**

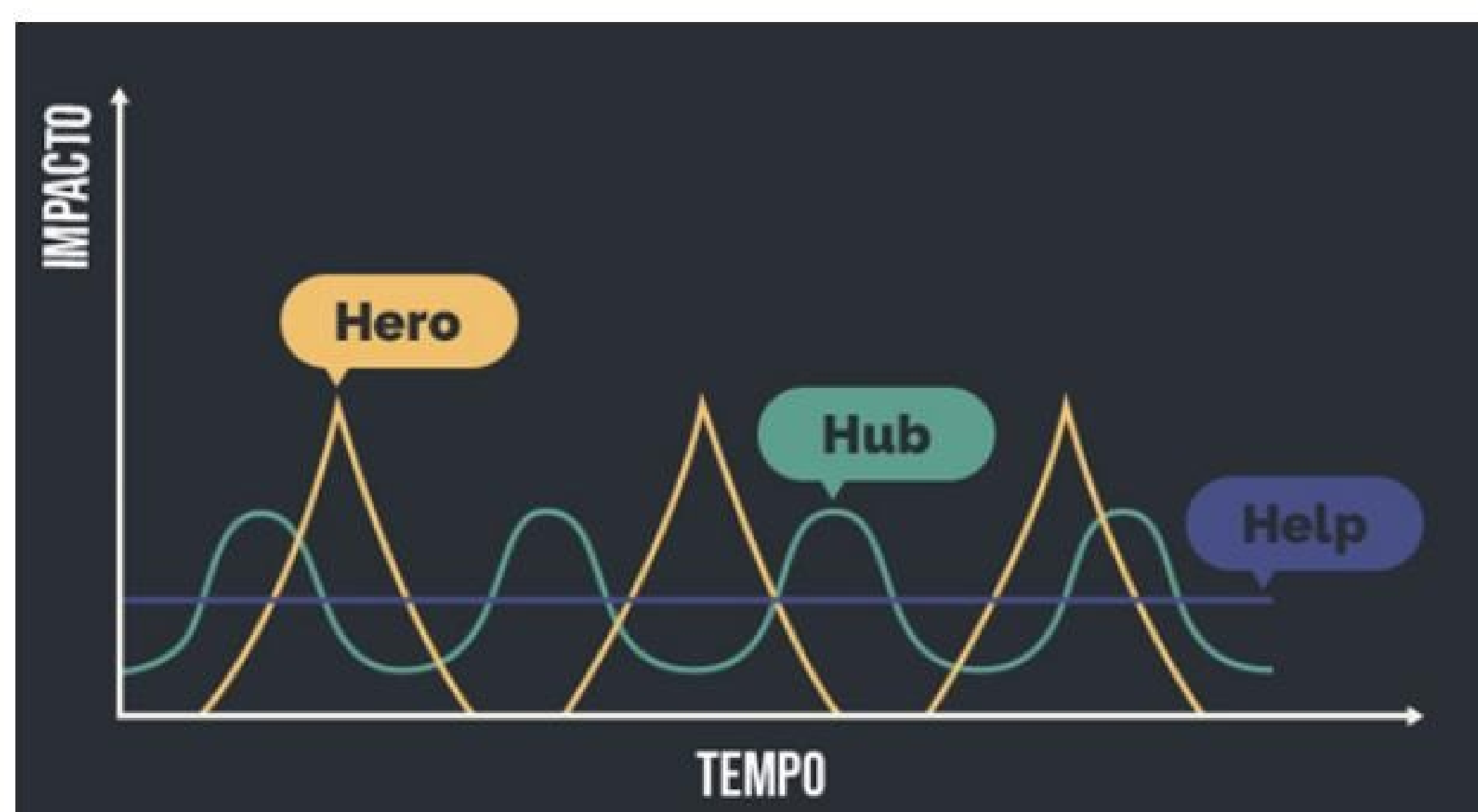
Já que estamos falando sobre conteúdo, o próprio Youtube recomenda em sua Escola de Criadores um tipo de classificação para estruturar o planejamento. Estamos falando das categorias:

- Help (ajuda);
- Hub (eixo/conexão);
- Hero (herói).

Resumindo, se trata de definir quais conteúdos vão fazer com que os espectadores venham até você (Help), que servirão para melhorar sua relação com o público existente (Hub) e quais servirão para buscar novos espectadores (Hero).

Apesar desse tipo de classificação não se aplicar a todos os casos, pode ser uma boa referência.

Como vamos detalhar na continuação, a recomendação é fazer constantes vídeos do tipo Help, ocasionais vídeos Hub e apenas alguns estilos Hero.





▶ **Conteúdo help: porte-se como um professor**

Em primeiro lugar vem a categoria Help. Como o nome diz, é o tipo de conteúdo que ajuda os usuários. Aqui entram os tutoriais ou vídeos sobre “como fazer” qualquer coisa.

A grande vantagem desse tipo de vídeo é que ele se beneficia extremamente da busca do Youtube. Ou seja, se alguém digita alguma dúvida no site, tem grandes chances dessa pessoa se deparar com seu vídeo. Lembre-se que esse é um dos principais usos do Youtube.

Essa característica de trabalhar conteúdos “buscáveis” é uma grande vantagem em relação a Facebook, Instagram, Whatsapp e outras redes.

Desse modo, você faz com que seus espectadores cheguem até você por conta própria. Lembrando que o Youtube é o segundo maior buscador do mundo, ficando atrás apenas do Google – que é da mesma companhia.

Um vídeo categorizado como Help pode nem fazer tanto sucesso em um primeiro momento, mas seu desempenho tem chances de ir melhorando ao longo do tempo, à medida que mais usuários procuram por soluções na rede.

Em geral, esses conteúdos que ensinam e ajudam os espectadores devem constituir a maior parte de seu canal no Youtube, principalmente se ele é sobre algum tipo de negócio.

Se esse post fosse um vídeo, com certeza estaria na categoria Help.



Essa categoria também pode ser chamada de Hygiene, dando sentido de algo cotidiano ou um processo de manutenção constante para manter a “saúde” do seu canal. Esse termo serve para abranger conteúdos que não necessariamente ajudam o espectador, mas que são rotineiros.

Por exemplo, em um canal de música, o conteúdo Hygiene pode ser constituído de covers e não necessariamente tutoriais ensinando canções.

A lógica também vale para canais que apostam em conteúdo humorístico, vlogs ou gameplays.

No caso do canal da Hotmart, os vídeos do Hotmart Tips são um bom exemplo de conteúdo Help, pois se beneficiam muito da busca da plataforma e permitem que os usuários os encontrem por conta própria.

▶ **Conteúdo hub: porte-se como um youtuber**

Já a classificação Hub diz respeito aos conteúdos que buscam estabelecer uma conversa e conexão com a audiência que o canal já possui.

Bons exemplos são vídeos com uma pegada mais pessoal, estilo vlog, lives ou perguntas e respostas.

Esse tipo de conteúdo serve para criar uma comunidade e deixar seus fãs ainda mais conectados e engajados.

Como é um tipo de vídeo que só faz sentido para uma audiência já existente, o melhor é fazê-lo com menos frequência.

Desse modo, aposte em conteúdos Hub apenas após o canal já ter um público considerável, que demonstra uma maior vontade de conexão, comentando e participando ativamente em suas publicações.

Ao fazer conteúdo Hub, sempre tome cuidado para não perder o foco do canal.

Se você fala sobre culinária, por exemplo, faça um vídeo dizendo como você começou a se interessar pelo tema ou contando histórias engraçadas relacionadas à cozinha. Com certeza vai funcionar melhor para sua audiência do que fazer um vídeo falando sobre seu novo cachorro.

Dica extra: use a guia Comunidade e o YouTube Reels (similar ao Stories) para interagir e entender melhor o seu público.

Você também pode fazer uso de elementos como enquetes e colocar perguntas em comentários afixados no topo.

Ao se comunicar com sua audiência por meio desses recursos, você também vai entender cada vez mais o seu público e, assim, melhorar o conteúdo para ele.



▶ **Conteúdo hero: porte-se como um anunciante**

Por último, temos o Hero, que é aquele tipo de conteúdo feito para atingir um público que ainda não teve contato com seu canal no Youtube.

Um vídeo nesse estilo busca um alcance maior de novos espectadores, então, a ideia é criar algo que tenha grande potencial de expansão.

Esse tipo de vídeo também pode ser feito com o objetivo de aparecer como sugestão recomendada pelo Youtube.

Com algo estilo Hero, mais gente vai se deparar com seu canal e você pode ganhar muitos inscritos em um período curto de tempo.

Fazer um vídeo desse tipo não é tarefa fácil e o recomendável é que sejam feitos bem poucos ao ano, já que podem não funcionar a longo prazo e geralmente consomem mais recursos, tempo de produção e planejamento.

Além disso, eles podem não ser interessantes para o público já formado.

Para um conteúdo nesse estilo ser bem sucedido e de fato funcionar para o canal, primeiro você precisa de uma sólida base de vídeos Help e alguns do tipo Hub, para garantir que você não só tenha muito conteúdo útil, mas também uma comunidade engajada, que ajude a atrair novos inscritos.

Ao planejar conteúdo Hero, considere que você está fazendo algum tipo de propaganda do canal, mesmo que indireta.

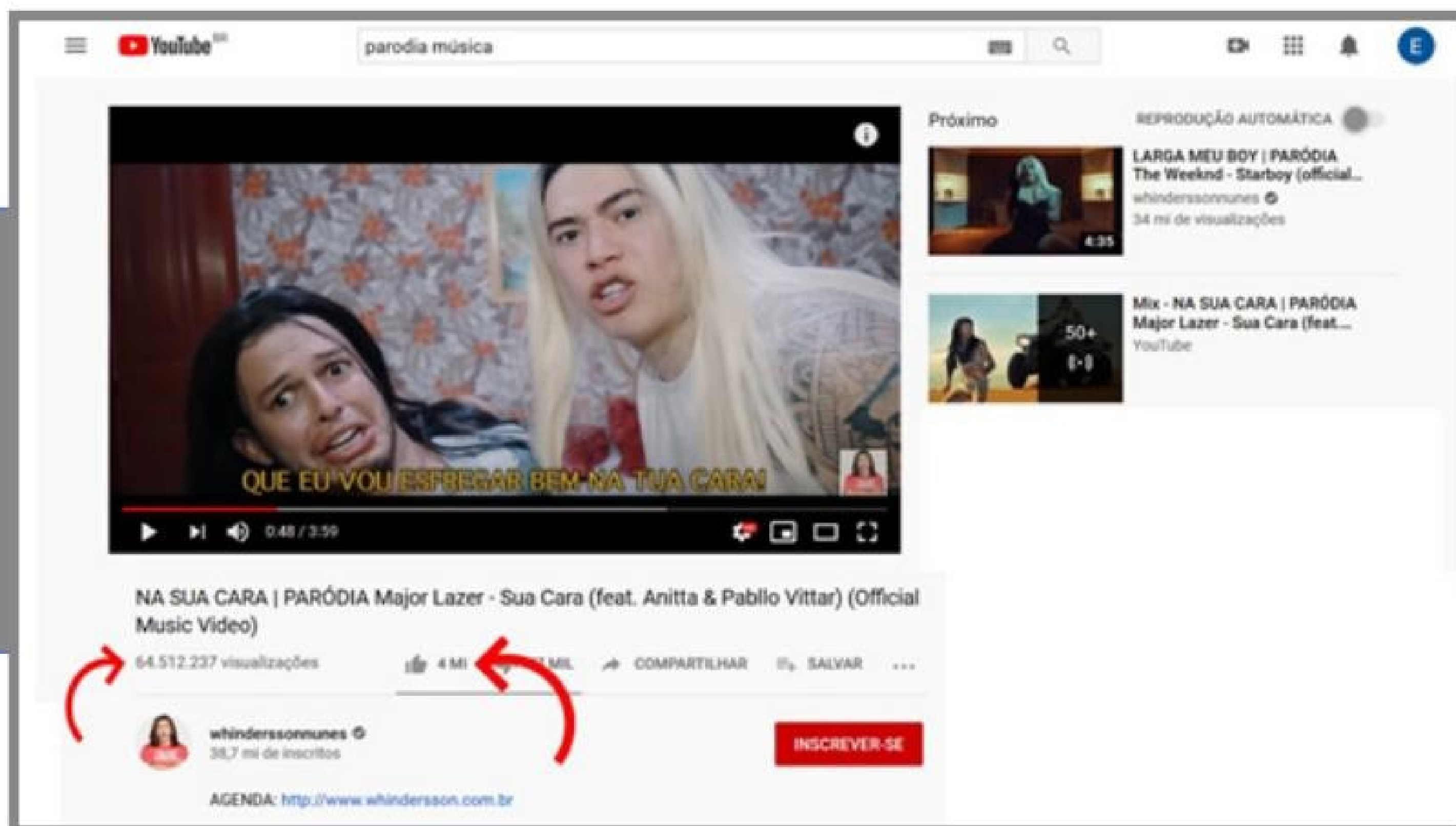
Esses vídeos se beneficiam muito de resultados “virais”, mas como sabemos, apostar em viralização pode ser uma loteria.

Então, apenas foque em fazer algo com um potencial maior de atingir novos públicos.

Aproveite eventos e datas comemorativas e investigue nichos relacionados ao seu para tentar criar conteúdo com algum vínculo.

Aqui, o importante é ser criativo e chamar a atenção.

Para exemplificar, se o seu canal é de humor, experimente criar uma espécie de videoclipe parodiando uma música que esteja em alta no momento.





▶ Educar, inspirar e entreter

Outro modo sugerido pelo Youtube para classificar seus vídeos é definir se o objetivo é educar, inspirar ou entreter.

Repare que grande parte dos canais se encaixa em uma dessas categorias e elas podem te ajudar a definir melhor até a sua brand persona.

Avaliar esse tipo de classificação também te ajuda a manter o objetivo do seu canal.

Essas classificações, assim como as que mencionamos anteriormente, não são regras e não precisam ser tão rígidas. Também é possível misturá-las e adaptá-las, mas manter essas divisões em mente pode te ajudar bastante ao montar seu planejamento.

Você pode inclusive criar playlists diferentes ou pequenas séries de vídeos com base nessas divisões, se for o caso.

Lembre-se também que, para cada objetivo, o ideal é focar em indicadores específicos.

- Quer expandir o alcance de sua audiência? Foque nas métricas de compartilhamentos;
- Quer estabelecer uma conexão com seu público? Foque nos comentários;
- Quer servir sua audiência com conteúdo útil? Foque nas marcações de "gostei".

Essas são apenas diretrizes básicas para medir o sucesso de suas ações em seu canal no Youtube.



▶ **Frequência de upload e duração de vídeos**

E agora uma pergunta que muita gente se faz: “é preciso postar vídeo todo dia?”.

Não. Mas durante um bom tempo, muita gente apostou nessa tática e, em vários casos, de fato funciona.

Como já falamos, o Youtube dá preferência para conteúdos que mantêm os usuários na plataforma. Então, se você posta mais vídeos, maiores as possibilidades de manter gente ali, assistindo ao seu canal, certo?

Além disso, vídeos novos tendem a fazer parte do histórico recente de usuários e isso é bem avaliado pelo algoritmo, que considera seu canal relevante para o momento, conseqüentemente, o recomendando ainda mais.

Porém, como tudo tem seu lado negativo, tome cuidado. Se você postar todo dia, tem chances de a qualidade do seu conteúdo cair e isso vai fazer com que as pessoas não assistam a seus vídeos inteiros.

Assim, a duração média da visualização diminuiu e o algoritmo passa a entender que seu conteúdo não é o melhor para sugerir.

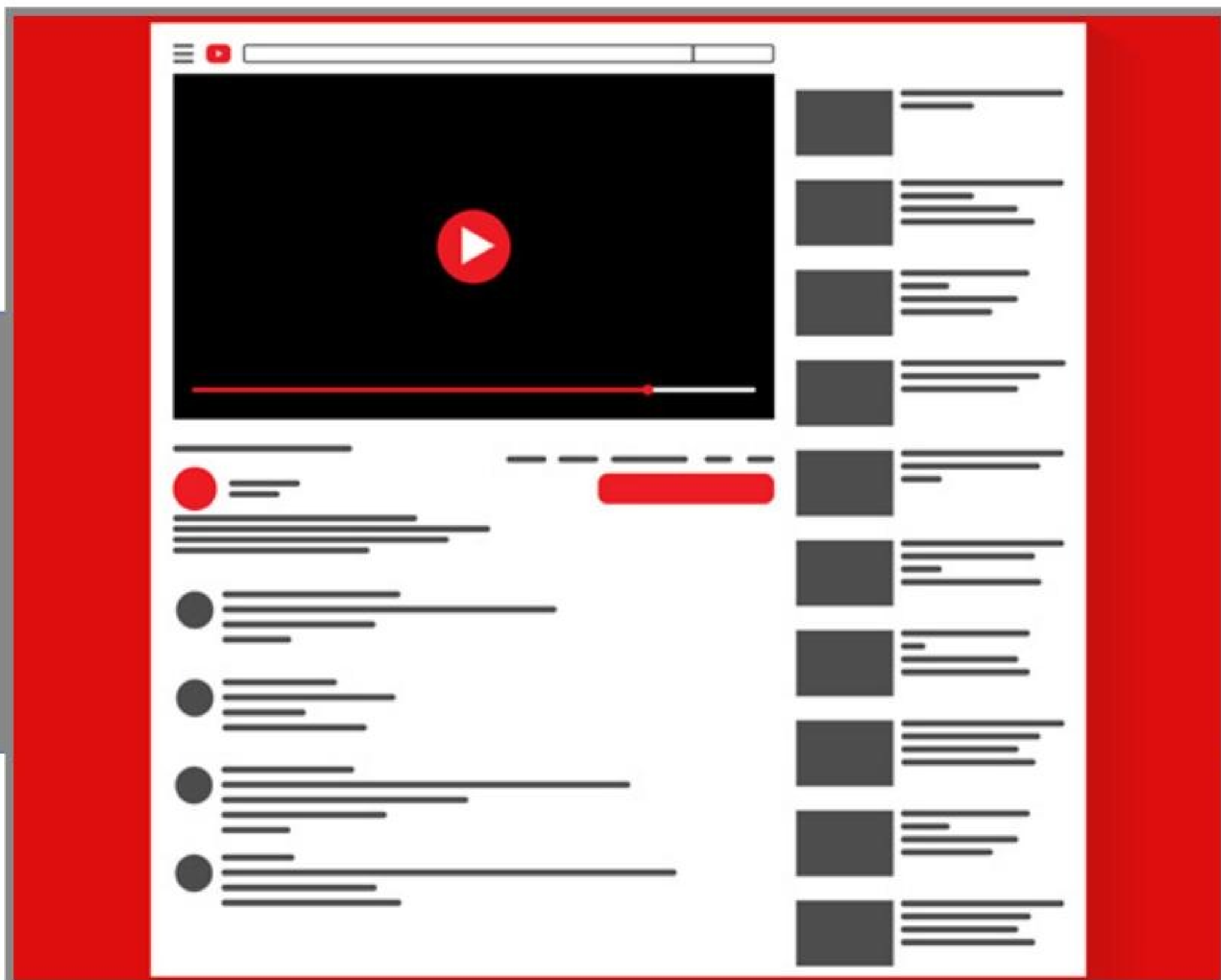
Outra coisa que pode acontecer é da sua audiência não conseguir assistir a todos vídeos postados. Novamente, o Youtube entenderia que seu canal não gera tanto interesse nos inscritos e passaria a “jogá-lo para baixo” nas recomendações e ranqueamento.

Por isso é muito importante tomar cuidado com essas táticas ou os chamados hacks que se vê por aí. O efeito gerado pode ser justamente o contrário.



Agora fica mais fácil entender por que em teoria fazer vídeos longos é melhor, já que podem gerar maior tempo de exibição, não é?

Você pode até apostar nessa ideia, mas corre o risco de não segurar a audiência por muito tempo, gerando baixa retenção e fazendo o algoritmo entender que o conteúdo é ruim.



Outra possível desvantagem diz respeito ao tempo de sessão.

Após assistir a um vídeo muito longo, o espectador tende a sair do Youtube, gerando mais finais de sessão (session ends). Como já vimos, isso não é desejado pela plataforma.



Por isso, o recomendável é focar em qualidade e fazer vídeos com ótimo conteúdo, sejam eles curtos ou longos.

Não force a barra para resumir demasiadamente (gerando conteúdo superficial) e não tente alongar seu vídeo sem necessidade, pois isso pode deixá-lo muito prolixo e desinteressante.

Se você estiver totalmente sem referência de um tamanho de vídeo para começar, tente se manter na faixa entre 6 a 8 minutos.

Caso já tenha um canal com uma quantidade considerável de publicações, use o valor da duração média de visualização – YouTube Analytics – como referência para ajustar a duração de seus vídeos.

Já em relação à frequência de upload, também varia de acordo com público e tipo de canal, mas umas 2 vezes por semana já costuma ser suficiente. Aqui, sua capacidade de produção também influencia muito. O mais importante é ser consistente.



▶ **Programação (grade) de conteúdos**

Mais do que pensar na frequência, o importante é ter uma programação clara. Ou seja, estabeleça um compromisso com sua audiência e tenha regularidade.

Se você resolver postar vídeos todas as quartas às 15 horas, seja consistente. Isso demonstra comprometimento e gera engajamento. E se seu público sabe exatamente quando você vai postar, a possibilidade de perderem algum conteúdo é muito menor.

Muitos canais aproveitam a imagem de capa para informar essa programação, colocando um texto do tipo: “vídeos novos todas as segundas e quartas às 15h”.

Para não se enrolar com o calendário, tente gravar vários vídeos de uma vez para depois editá-los e soltá-los aos poucos.

Estabeleça uma agenda e, se possível, planeje os roteiros com antecedência e separe um período do dia para essas gravações.

Assim você poupa tempo de produção, já que ajustar todos os equipamentos, montar cenário e escolher figurino pode consumir horas do seu dia.

Com essa sugestão, você faz isso tudo apenas uma vez e ganha tempo.

▶ Roteiros

A elaboração de roteiros varia extremamente de acordo com o canal, mas a principal recomendação aqui é: não enrole sua audiência.

Lembre-se que o tempo todo você está competindo com outros canais e vídeos, por isso é muito importante não desrespeitar o tempo do espectador.

Você não precisa roteirizar todo o seu vídeo, afinal, muita gente grava no improviso ou utilizando apenas uma pauta simples como guia.

Porém, sempre tenha cuidado especial com as introduções. Os primeiros 10 segundos são essenciais para reter a audiência.

No começo do vídeo, já explique de forma resumida o que você irá abordar. Ninguém quer esperar vários minutos para saber se clicou no vídeo certo. Assim, você evita que a taxa de retenção caia muito.

Avalie os gráficos de retenção absoluta e relativa para tentar entender as suas introduções estão funcionando bem.

Para sua introdução, você pode aguçar a curiosidade do espectador ou gerar uma expectativa com alguma cena diferente. Vale citar que, ao final, a pessoa será capaz de resolver o problema em questão (se for o estilo do vídeo).

Agora falando sobre finais de vídeos, quando o conteúdo estiver se aproximando do fim, evite usar palavras e expressões que deem a entender que o assunto já está acabando, como "então é isso" ou "e por último", para que os espectadores não fechem a janela antes da hora.



Assim, você mantém a audiência por mais tempo e ainda pode tirar proveito dos elementos de tela final, que podem ser adicionados nos últimos 20 segundos de cada vídeo. Algumas opções são:

- Botão de se inscrever;
- Vídeos;
- Playlis;
- Cartões (ou cards).

Esses elementos podem te ajudar a guiar o espectador para alguma ação posterior.

Outra tática é pedir para que o público comente ou se inscreva. Vale testar essas ações em momentos diferentes do vídeo para ver o que funciona melhor para você e seu público.

► Thumbnails

As imagens de capa de seus vídeos (ou miniaturas) são de extrema importância para um bom desempenho.

O ideal é que elas retratem bem o conteúdo. Uma dica é utilizar a mesma lógica de cartazes de filmes.

Por exemplo, em posters de super heróis, uma olhada rápida já te dá uma boa ideia dos personagens envolvidos, do cenário e do clima geral presente.

Pense também na identidade visual dessas imagens e do canal como um todo. O ideal é criar uma consistência de estilo que faça seu espectador saber que aquele vídeo é seu, só de bater o olho na tela.

Utilizar uma mesma paleta de cores, tipografia ou sempre inserir seu logotipo são ótimas práticas.

As thumbnails também podem ser usadas para gerar curiosidade no espectador. Trabalhá-las de modo criativo, relacionando sempre ao conteúdo, pode garantir muitos cliques.

É importante não confundir a tática de chamar atenção com o uso caça-cliques (ou clickbait).

O efeito gerado pode ser muito negativo, pois se o espectador se sente enganado e sai do vídeo pouco após o clique, o algoritmo avalia mal esse comportamento e passa a reduzir as recomendações de seu conteúdo.

▶ **Títulos**

Quando se fala em SEO (search engine optimization) de vídeo, ou otimização para motores de busca, o título é provavelmente o item mais importante.

Juntamente com as thumbnails, eles dividem a maior parte da responsabilidade por atrair cliques. Então, dedique muita atenção às palavras utilizadas e não se apresse na elaboração.

O ideal é criar muitas alternativas para ao final escolher a melhor.

Avalie títulos de vídeos concorrentes e sugestões do autocompletar do próprio Youtube (faça isso através de uma aba anônima no navegador, para que seus dados de navegação não interfiram nos resultados).

Utilize também o Google Trends para comparar termos.

Sempre que possível, coloque as principais palavras-chave no início e em ordem de importância.

Você pode optar por usar o termo principal em caixa alta, para maior destaque.

Fique atento também ao tamanho do título. Lembre-se que muita gente acessa o Youtube por celulares de telas pequenas, assim, muitas vezes esse texto aparece incompleto para os usuários. Títulos menores (até 50 caracteres) tendem a ter melhor desempenho.

No caso de séries de vídeos, uma opção é colocar o nome da série no final do título.

É também interessante enumerar os conteúdos, pois mostra para o espectador que ele pode ir atrás de outras publicações relacionadas.



Em alguns casos, o tema de seu vídeo pode ter um baixo volume de buscas e não ser tão atrativo para o público. Nessas situações, você pode mudar um pouco de estratégia e apostar mais em boas copys do que em SEO.

Use o mesmo nome do título do vídeo como nome do arquivo em questão. No nosso exemplo, em vez de subir um vídeo chamado "inscritos_video_final.mp4" seria mais adequado renomear para "como_ganhar_inscritos_no_youtube.mp4", já que essa informação textual também pode ser usada pela plataforma como metadado.

► Seo e metadados

Ainda sobre SEO, outros itens devem ser considerados, como tags e descrições.

Esses metadados possuem bem menos influência no desempenho de um vídeo do que tema, título e imagem de miniatura, mas ainda sim convém trabalhá-los bem.

Recomendamos a ferramenta VidIQ para te ajudar com essas informações. É só entrar no site deles, criar uma conta e instalar a extensão no Chrome.

TubeBuddy é outro plugin que pode te ajudar nesse ponto e a gerenciar seu canal.



▶ TAGS

Em relação à tags, foque na principal, aquela que mais tem a ver com o tema do vídeo e a repita junto a diferentes complementos, para reforçar o foco.

Por exemplo, em um vídeo onde o tema é “ganhar inscritos no Youtube”, as tags poderiam ser:

- Inscritos;
- inscritos no YouTube;
- como ganhar inscritos;
- inscritos no canal;
- mais inscritos;
- aumentar inscritos;
- crescer inscritos;
- melhorar número de inscritos;
- conseguir inscritos;
- atrair inscritos.

Esse modo de “cercar” o termo principal funciona melhor para o algoritmo ter certeza do assunto do vídeo e recomendar seu conteúdo com mais sucesso e para o público certo, mas você pode sempre colocar outros termos relacionadas.

► Descrições

As descrições também contam para ajudar os espectadores e o algoritmo a avaliar seu conteúdo.

Considere esses textos como uma espécie de mini post de blog sobre o seu vídeo.

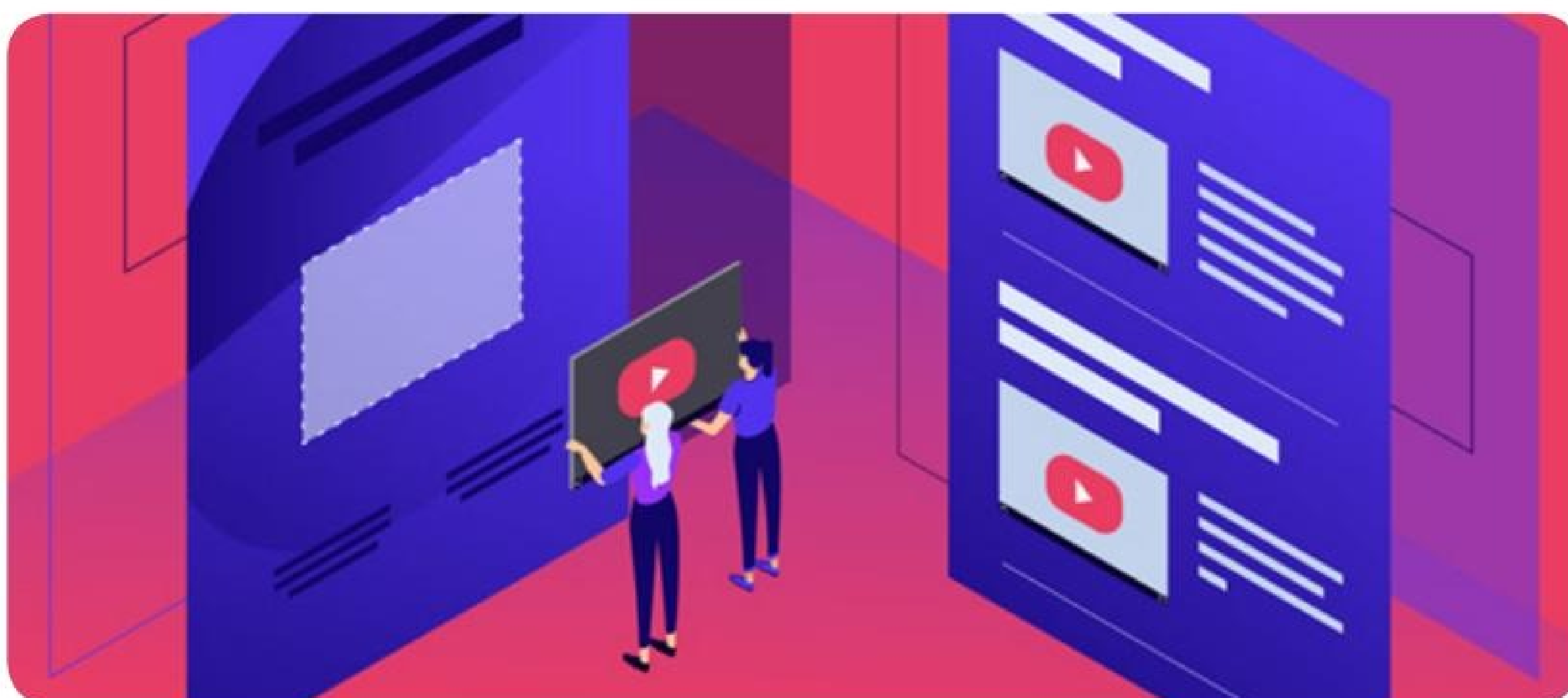
O recomendado é descrever bem o que foi apresentado – e não precisa ficar com medo de dar spoiler, pois quanto mais você falar sobre o assunto, melhor.

Tente criar algo de pelo menos 300 caracteres, e assim como nos roteiros, vá direto ao ponto e não enrole.

Alguns especialistas recomendam até mesmo colocar toda a transcrição do vídeo na descrição.

Em caso de vídeos longos ou que abordam vários tópicos, considere usar marcações de tempo (timestamps), para que sirvam de índice. É só colocar o tempo em horas, minutos e segundos (separados por dois pontos), que o Youtube já cria um atalho que leva para o trecho do vídeo em questão.

Aproveite para colocar links de suas outras redes e sites junto à seção.



▶ Legendas

O Youtube também permite colocar legendas nos vídeos, o que contribui para SEO e ajuda o algoritmo a entender o seu conteúdo.

Além do mais, legendas são essenciais para fazer com que seus vídeos sejam mais acessíveis tanto para pessoas com problemas de audição quanto para espectadores em situações onde ligar o áudio se torna inviável (transporte público e ambientes que exijam silêncio, por exemplo).

No gerenciador de vídeos, tela de edição do Youtube, você pode acessar a guia legenda/CC e incluir o texto.

Ali, você tem a opção de transcrever manualmente, colocar um arquivo próprio de legendas (.srt, por exemplo) ou simplesmente colar o seu roteiro e fazer uso de um dos melhores recursos para legenda, que é a sincronização automática do próprio Youtube.

Lembrando que a plataforma gera legendas automáticas dos vídeos – muitas vezes bastante imprecisas –, mas que podem ser usadas como base para facilitar a transcrição.

Após algum tempo de upload, elas estarão disponíveis e você poderá baixá-las clicando nos três pontinhos ao lado do botão “salvar” (canto inferior direito do player de vídeo). Depois é só ir em “abrir transcrição” e copiar o texto criado.



DICAS EXTRAS

Agora que passamos pelos principais pontos, vale destacar uma série de pequenas dicas que podem te ajudar a melhorar seus resultados.

● **Compartilhe links por meio de playlists**

Ao divulgar seu conteúdo em sites externos e redes sociais, vá à página da playlist no Youtube e copie o link do vídeo por aquela tela. Assim, o espectador assistirá o conteúdo por meio da playlist, o que o levará a ver mais conteúdos relacionados.

● **Faça uso das playlists de séries (series playlists)**

Um tipo de playlist diferente são as séries, muito úteis para conteúdos que tenham continuidade. Assim você pode definir temporadas e episódios.

Esses vídeos tenderão a tocar em sequência, guiando melhor a experiência do espectador.

● **Verifique a origem de tráfego**

Muita gente pode chegar ao seu canal por recomendações de outros vídeos ou buscas na própria plataforma.

Avalie bem esses dados sobre origem de tráfego no Youtube Analytics, principalmente em relação a vídeos sugeridos e buscas no Youtube. Esse um ótimo meio de entender o que seu público quer e quais são os seus concorrentes.

● Utilize o recurso Estreia

Um ótimo modo de chamar a atenção para vídeos especiais é fazendo uso das estreias do Youtube. Com isso, você sobe o vídeo e envia notificações para sua audiência meia hora antes do vídeo ser oficialmente publicado.

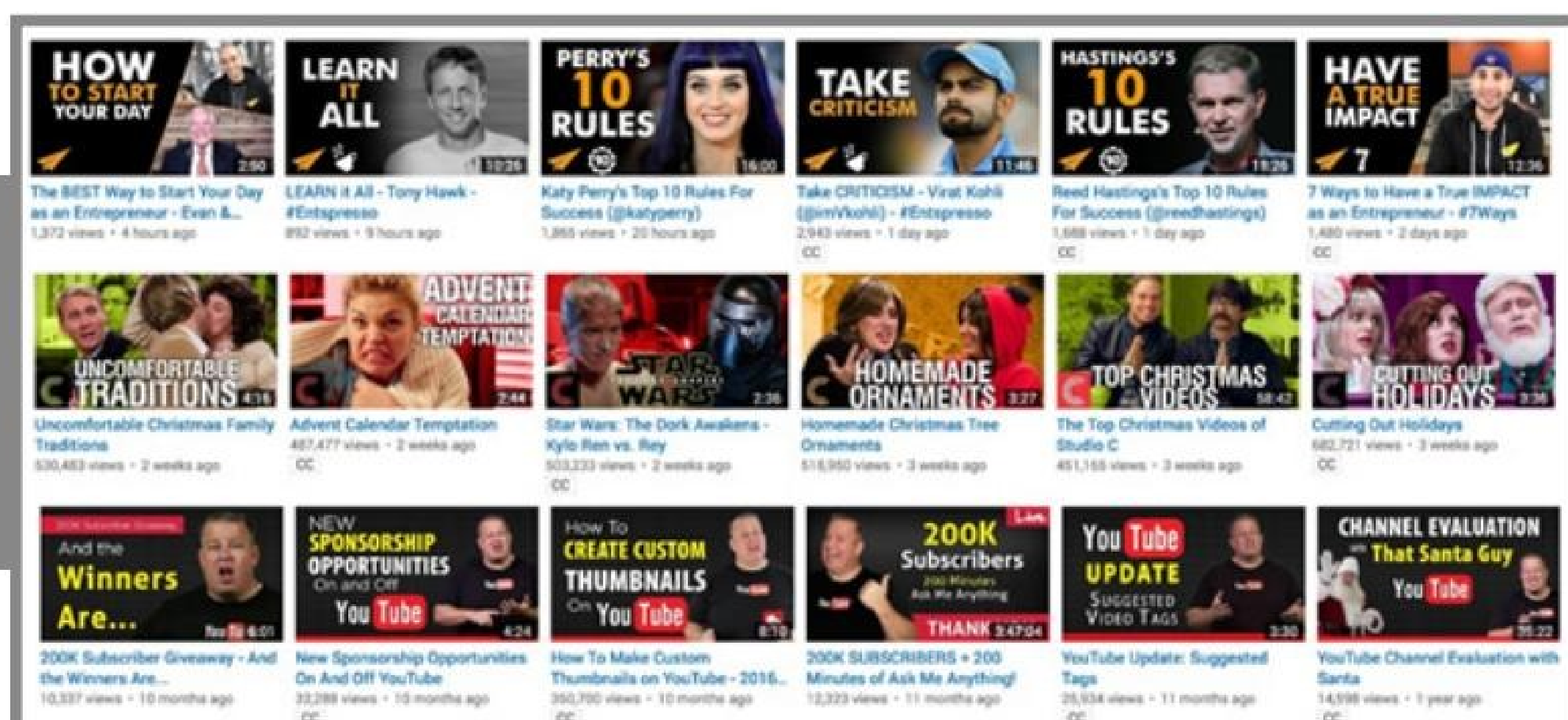
No momento da publicação, outra notificação é enviada, garantido que aquele espectador não perca o vídeo e ainda gerando um efeito similar ao de transmissão ao vivo, onde várias pessoas assistem ao mesmo tempo.

● Teste thumbnails

Após publicar o vídeo, vale fazer testes para ver qual imagem se sai melhor, já que thumbnail é a única coisa que recomendamos mexer logo após a publicação.

Isso se deve ao fato de que outros metadados (título, tags e descrições) são usados pela plataforma para tentar entender e classificar o seu conteúdo.

Se você ficar alterando essas informações em uma publicação recente, pode atrapalhar os cálculos do algoritmo. Com isso, há grandes chances do seu vídeo ter o desempenho prejudicado.



- **Acompanhe as taxas de cliques e impressões (CTR)**

Tanto os títulos quanto as miniaturas podem ser avaliados por meio das métricas CTR e impressões. A importância e influência disso é tanta que fizemos um texto só para falar desses números.

Resumindo, se trata de avaliar o interesse que seu conteúdo gera nos espectadores, para que eles de fato cliquem nos vídeos.

Para ganhar inscritos em seu canal no Youtube, você precisará de visualizações, e para ter visualizações, primeiro é necessário atrair o espectador. Por isso a importância de avaliar a taxa de cliques e impressões.

- **Faça uso de cartões (cards)**

Ao longo de seus vídeos, você pode usar os cards para recomendar outros vídeos ou levar os espectadores para um site externo, que deve ser registrado junto a sua conta.

Apesar de ser uma ótima forma de induzir uma jornada, lembre-se que, ao fazer isso, você corre o risco de diminuir tempo de retenção no vídeo e na plataforma. Então, use esses recursos com parcimônia.

- **Não se esqueça dos elementos de tela final**

Assim como os cartões, os elementos de tela final ajudam a guiar a jornada do espectador.

Nos últimos 20 segundos de seu conteúdo, você pode incluir sugestões de vídeos sugeridos, playlists e cartões.

Como já foi mencionado anteriormente, tome cuidado com os finais de vídeos, para garantir que o espectador não saia antes da hora.

- **Dê atenção aos comentários**

É superimportante interagir com sua base de espectadores nos comentários. Faça um esforço para responder a todos e de maneira rápida.

Essas interações são bem vistas pela plataforma e, conseqüentemente, ajudam você a ter maior conexão com o público.

Caso tenha que lidar com um volume muito grande de comentários, tente pelo menos marcar com “coração” os posts de agradecimentos ou comentários positivos, que não necessariamente precisem de uma resposta elaborada.

Desse modo, os usuários recebem uma notificação de sua interação e ficam sabendo que tiveram suas mensagens realmente lidas e apreciadas.

● **Crie um trailer para seu canal**

Faça um pequeno vídeo falando sobre o que o espectador vai encontrar no seu canal e o coloque em destaque na página inicial. Com isso, maiores são as chances de convencer o público recém chegado a se inscrever.

Você pode aproveitar esse vídeo para criar um anúncio trueview, caso queira se aventurar em estratégias pagas.

● **Encontre os melhores dias e horários para publicar**

Se você já tem um canal ativo, vá no YouTube Analytics e avalie a quantidade de visualizações ao longo dos dias. Você pode fazer isso pela aba Tempo de Exibição, clicando em visualizações e avaliando o desenho do gráfico.

Para facilitar, opte por ver somente os dados relativos aos últimos 90 dias (ou menos). Desse modo, você pode identificar algum padrão nos picos e vales, e assim encontrar os dias da semana com mais e menos visualizações.

A aba Em tempo real também pode te ajudar a identificar os melhores horários. Para isso, acompanhe os gráficos das últimas 48 horas por algumas semanas e tente ver se há um padrão que possa te indicar os melhores horários para publicar.

Essas informações podem ser boas aliadas quando o assunto é velocidade de visualização (view velocity), já que o algoritmo avalia o bom desempenho de um novo upload nas primeiras horas de publicação para saber se convém ou não continuar aumentando as impressões daquele vídeo.

Isso reforça a importância de ser ter um ótimo CTR.

● **Avalie a concorrência**

Já mencionei sobre como analisar vídeos sugeridos pode ser útil para entender melhor os interesses de seu público. Essa também é uma ótima forma de investigar possíveis concorrentes.

Digite na busca do YouTube (por meio de aba anônima ou janela privada) os principais termos relacionados a seu canal e investigue o resultado.

Essa prática pode te ajudar a identificar temas para vídeos relacionados ao seu nicho, sendo um ótimo modo para ter ideias para novos conteúdos.

● **Faça collabs**

Provavelmente, você já ouviu falar sobre as colaborações entre youtubers, certo?

Trata-se de convidar um outro criador de conteúdo para participar de um vídeo em seu canal e vice-versa.

Essa é definitivamente uma boa forma de ganhar inscritos. Então, não pense que outros canais similares ao seu são apenas concorrentes, pois vocês podem se tornar bons aliados.

Lembrando que para essa estratégia funcionar e você de fato ganhar inscritos é preciso trabalhar com canais de público semelhante.

Você também precisará avaliar o tamanho dos canais de possíveis parceiros, pois caso possuam uma audiência muito maior do que a sua, a colaboração pode não ser tão interessante para eles.

Do mesmo modo, fazer collabs com canais muito menores que o seu pode não gerar resultados.

● **Aposte em formatos híbridos**

Se você é um usuário ávido da plataforma, com certeza já reparou que vários canais de sucesso apostam em formatos de vídeo bem definidos, **por exemplo:**

- 1. Listagens** ("top 10", compilações, experiências de compras);
- 2. Vídeos explicativos** (vídeos científicos, tutoriais, conteúdos educacionais);
- 3. Vídeos de opinião** (vlogs, unboxing/reviews, vídeos de conspirações);
- 4. Entrevistas** (celebridades, histórias de vida, humorísticos);
- 5. Clipes musicais** (oficiais, versões covers, paródias);
- 6. Reações** (pegadinhas, testes, mágica/hipnose);
- 7. Narrativas** (web séries, paródias, esquetes).

Se possível, aposte em misturas dos itens acima para criar um conteúdo mais original e com maiores chances de atrair o espectador pelo formato. Assim, você não fica dependente de tópicos específicos, fazendo com que o usuário tenha interesse em todos os vídeos da série (ou canal).



OCTOPUS

GERADOR DE LUCROS NO YOUTUBE

[Inédito] **Software Exclusivo e Método Passo-a-Passo** Permitem a Você **Ganhar Dinheiro Através do YouTube** Sem Precisar Gravar Vídeos



QUER SABER COMO? CLIQUE AGORA

WWW.SISTEMAOCOTOPUS.COM.BR

CAPÍTULO 3

▶ Canais de nicho

Antes mesmo de criar o canal, existe um passo importantíssimo que precisamos dar, escolher o seu nicho. “Nicho”, essa palavra você vai ler bastante por aqui. Isso porque, ela é a pedra fundamental para ganhar dinheiro pela internet e pelo YouTube.

Nicho é a parcela de mercado que você deseja atingir. Como eu disse no parágrafo anterior, você precisa pensar nisso antes de criar o seu canal, porque é ele quem vai determinar todos os aspectos do seu canal. **Como:**

1. O nome do canal;
2. As pautas para os vídeos;
3. As artes para a foto de perfil e banner;
4. A linguagem que você vai utilizar (formal, informal, gírias etc.).

Por exemplo, o meu canal é um canal de nicho, porque decidi que falaria sobre como ganhar dinheiro por meio da internet. Assim como o canal Loop Infinito fala apenas de tecnologia e o canal Me Poupe fala de finanças pessoais.

Você não vai me ver postando vídeos sobre receitas de bolo, ou o canal do Whindersson Nunes falar de economia, ou da Alice Salazar falar sobre política internacional.



Pode parecer limitante determinar apenas um assunto para o canal. Mas, para além de conseguir apenas um vídeo com um bom número de visualizações, você vai querer criar uma audiência e atrair pessoas interessadas nesse assunto.

Postando vários vídeos com a mesma temática, você mostra ao seu público que entende do assunto e as chances deles se inscreverem são muito maiores.



A palavra do jogo aqui é “consistência”. Determinando um nicho específico, você atrai uma audiência qualificada para o seu canal, que estará mais propensa a comprar o seu produto, porque já está interessada no tema.

Por exemplo, pessoas que estão procurando como emagrecer estarão muito mais suscetíveis a comprar um produto de redução de peso de um canal no YouTube que fale sobre vida saudável e emagrecimento, do que se o produto estivesse em um canal de variedades.

Isso porque, se uma pessoa fala, consecutivamente, sobre um mesmo assunto, quer dizer que ela sabe do que está falando e parece mais confiável.



E sabe quem também acha que uma pessoa que sempre fala do mesmo tema é confiável? O algoritmo do YouTube. Quanto mais vídeos o seu canal tiver sobre o mesmo tema, maiores são as chances de ele ser recomendado para outras pessoas também interessadas nesse assunto.

▶ **Como escolher o nicho certo**

Na hora de escolher o seu nicho, recomendo que você prefira uma temática com que você tenha afinidade. Assim, você já entra sabendo o assunto. Mas, se decidir ir para um nicho novo, estude bastante e sempre acompanhe as novidades dele.

Existem vários nichos tidos como os “campeões de venda” e, geralmente, eles realmente vendem bem. Mas, a concorrência pode ser bastante alta para quem ainda está começando.

Os nichos mais lucrativos são:

- Nicho adulto (produtos voltados a sexualidade);
- Emagrecimento;
- Saúde e bem-estar;
- Beleza
- Marketing Digital;
- Culinária;
- Tecnologia.

Nichos menos conhecidos, mas com oportunidades de negócios podem ser a melhor opção para quem não quer arriscar tanto, mas gostaria de faturar.



Alguns nichos bons para iniciantes são:

- Nicho de Animais (pets);
- Grávidas e Bebês;
- Desemprego (como melhorar a capacitação profissional e como se tornar o próprio chefe);
- Religião e Espiritualidade;
- Plantas;
- Casa e Construção;

Dentro desses nichos maiores, existem nichos menores, ou subnichos, que você pode explorar nos seus vídeos. Por exemplo, dentro do nicho de "saúde", você pode falar nutrição, nutrição para diabéticos... São inúmeras as opções.



Seja qual for o nicho que você escolher, sempre se mantenha atualizado sobre ele. Novos assuntos surgem todos os dias e, para acompanhar todas as mudanças, é preciso estar atento e estudar.



▶ **Canais de nicho sem aparecer**

Muitos produtores de conteúdo para o YouTube têm receio de aparecer nos próprios vídeos. As duas principais explicações para esse fenômeno são:

- Alguns nichos, como o de produtos adultos, deixam os produtores de conteúdos um pouco preocupados em aparecer nos vídeos;
- Muitas pessoas têm um verdadeiro pavor em colocar o rosto diante das câmeras.

Se você se enquadra em algum dos casos, saiba que isso é completamente normal. Atualmente, existem opções para quem quer ser criador de vídeos.

“Aparecer para a minha audiência é importante?”, infelizmente, tenho que dizer que sim. As pessoas se conectam mais a um conteúdo quando existe uma pessoa envolvida. Afinal, somos humanos e nos conectar está em nosso DNA.

Mas, isso não quer dizer que se você não colocar seu rosto na frente das câmeras você não terá resultados. Claro que vai! Só precisa encontrar a forma certa de transmitir o conteúdo para a sua audiência.

Vamos abordar melhor as técnicas de como produzir vídeos sem aparecer no próximo capítulo.

CAPÍTULO 4

▶ Canais adultos

O nicho de sexualidade, adulto, é um dos mais vantajosos do marketing digital e do mercado de afiliados. Esse é um tema que nunca sai de moda, pois ele está ligado a outro nicho também bastante lucrativo, o de saúde e bem-estar.

Assuntos como aumento peniano, como acabar com a ejaculação precoce e posições sexuais estão entre os mais procurados da internet e, por consequência, produtos com essa temática estão entre os mais vendidos no mercado de afiliados.

No capítulo anterior, falei um pouco sobre criar vídeos sem aparecer. Vamos tratar mais sobre isso aqui. Justamente, porque o nicho adulto é um dos assuntos em que as pessoas têm menos vontade de aparecer nos vídeos, mas é um dos nichos mais lucrativos, hoje.

Se você se interessou por esse nicho, saiba que criar um canal no YouTube para promover produtos de sexualidade é uma ótima maneira de lucrar nesse nicho.

▶ Como criar um canal de nicho para produtos adultos

Como já mencionado, muitas pessoas que estão nesse nicho têm receio em aparecer nos vídeos para divulgar os produtos. Hoje em dia, isso não é um problema sem solução.

Existem maneiras de conseguir gravar um vídeo sem aparecer. Mas claro, você pode sim aparecer nos vídeos. Existem muitos youtubers que tratam sobre sexualidade abertamente.

Caso você realmente não queria aparecer, é preciso pensar bem em como será o seu canal. Analise como será o título, capa e até a foto do perfil. Alguns canais utilizam fotos aleatórias de bancos de imagens para servir de foto de perfil. Isso fica a seu critério. O importante é deixar claro, mas não ser explícito, sobre o que é o seu canal. Assim, será mais fácil para pessoas interessadas em assuntos de sexualidade encontrarem você.

Outro ponto importante é o tipo de conteúdo. Você pode procurar sites, e até outros canais no YouTube, que tratem sobre sexualidade, buscar pelos vídeos mais visualizados e utilizar como pautas para os vídeos do seu canal.



▶ **Como fazer vídeos sem aparecer**

Existem várias técnicas que permitem a você ter um vídeo completo, sem aparecer. Listei algumas aqui:

● **Captura de tela**

Muito utilizado em vídeos de tutoriais, a captura de tela é uma opção muito utilizada para quem não quer aparecer no vídeo, mas quer mostrar alguma coisa específica, como um produto, ou uma ferramenta.

Entre os programas mais usados para gravar a tela estão: Ezvid, Movavi Video Editor, Apowersoft Gravador de Tela Online, FlashBack Recorder, TinyTake, CamStudio.

● **Vídeo-slide**

Você pode separar e organizar o conteúdo do seu vídeo e mostrar na forma de slides. Você pode fazer isso facilmente no Powerpoint ou no Google Apresentações. Efeitos comuns, como as opções presentes no Powerpoint, podem e devem ser aplicados para aumentar a fluidez do seu vídeo.

● **Animações**

Essa é uma opção mais elaborada e você precisaria de um profissional especializado para fazer e, talvez, tenha que desembolsar uma boa quantidade de dinheiro. Mas, animações costumam ser mais bonitas que os slides e possuem menos limitações, pois o produtor do conteúdo tem total liberdade para escolher o design do que aparecerá no vídeo.

Outra questão importante é a narração do seu vídeo. Aqui, tenho também algumas sugestões de como você pode fazer:

- Você mesmo pode fazer a narração usando um aplicativo de gravação de voz;
- Contratar alguém para narrar. Você pode encontrar facilmente pessoas interessadas em realizar esse tipo de serviço em sites para contratação de freelancers, como o Fiverr, Workana e 99 Frelas;
- Usar aplicativos, como o Voz do Narrador, para transformar todo o texto que você fez em narração com uma voz eletrônica.

Lembrando que, não importa que tipo de vídeo você fará, sempre tenha em mente que o seu conteúdo precisa ser relevante para o seu nicho. Então, reserve um tempo para encontrar bons assuntos e construir um vídeo legal.



CAPÍTULO 5

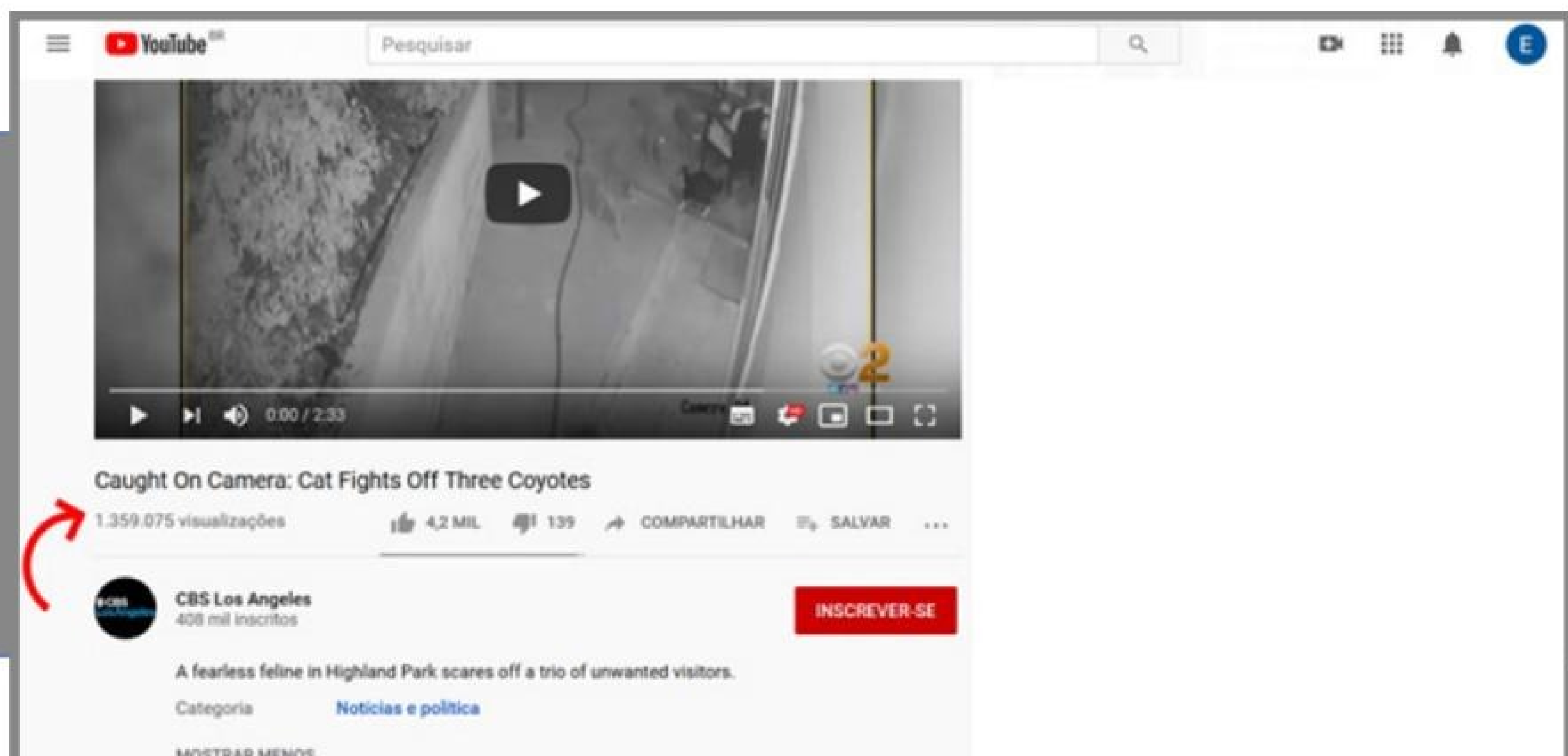
Vídeos virais

Seja vídeos ou textos, um dos maiores desejos de quem produz conteúdo para a internet é se tornar viral, ou seja, ter seu conteúdo visualizado e compartilhado por milhares de pessoas.

E, especialmente para quem quer ter um canal de sucesso no YouTube, conseguir ter um vídeo viralizado pode dar aquele boom que o seu conteúdo precisava para alcançar mais pessoas.

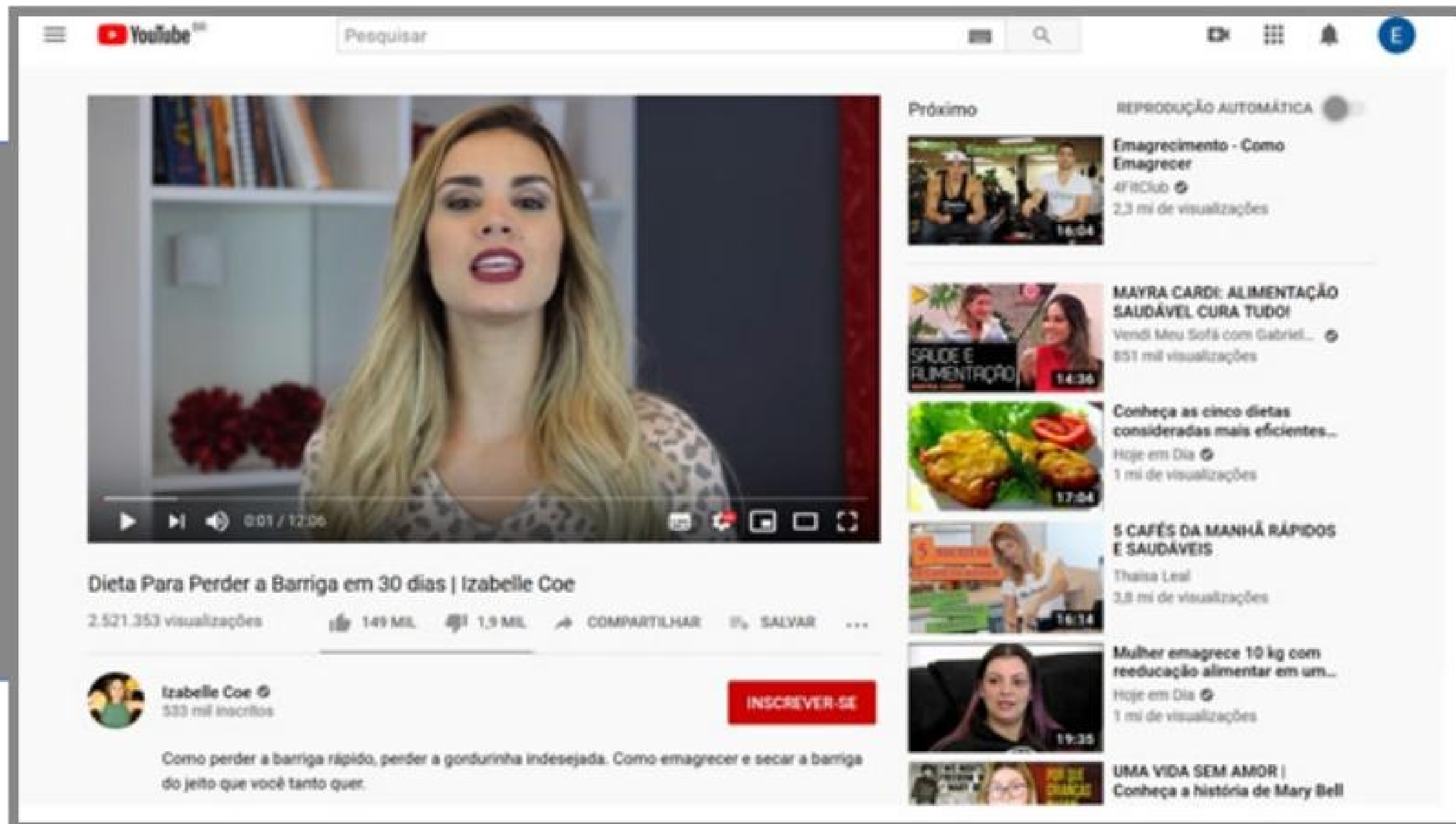
Existem dois tipos de vídeos virais:

1º - Quando um acontecimento extraordinário ou muito engraçado tem a sorte de ser gravado em vídeo.



Tradução do título do vídeo: "Capturado pela câmera: Gato luta contra 3 coiotes"

2º Quando você constrói um conteúdo com a intenção que ele se torne viral.



Enquanto o primeiro é uma questão, quase que exclusivamente, de sorte. O segundo envolve estudos e pesquisas para conseguir ter o material certo para se tornar viral.

Claro, conseguir alcançar milhões de visualizações é uma excelente marca. Mas, não fique focado apenas na casa dos milhões.

Dependendo do seu nicho de atuação, um vídeo pode ser considerado viral com bem menos que isso.



O ponto principal para se construir um vídeo que tenha chances de viralizar é focar, principalmente, no conteúdo.

Como falei nos capítulos anteriores, escolher um nicho e focar o seu canal nele é importante por diversas razões. Mas, a principal é: você saber com quem está se comunicando.

Por exemplo, se o seu canal é sobre como perder peso, você já sabe que quem chega até ele são pessoas interessadas em perder peso. Então, você pode concentrar seus esforços em encontrar conteúdos que agradem pessoas que querem perder peso.

Isso parece redundante, e até óbvio. Mas, muitas pessoas que criam um canal acabam perdendo o foco e não sabendo para onde estão indo. Pensar no seu nicho e no seu público é uma maneira eficaz de manter o seu canal em um caminho certo.

▶ Conteúdo viral

O primeiro passo para conseguir viralizar um vídeo é escolher bem suas pautas. Existem alguns truques que podem ajudar você a encontrar o melhor conteúdo:

● Acompanhe seus “concorrentes”

Tirar um tempo do seu dia para ver o que os outros canais com a mesma temática que a sua estão fazendo é um bom jeito de encontrar novos assuntos para vídeos.

Procure os canais mais famosos, com o mesmo nicho que o seu, e veja o que estão postando, quais os vídeos mais visualizados, quais são os menos visualizados e faça anotações, para manter esses dados organizados.

● Ferramentas de busca

Existem alguns sites como o Ubersuggest e o Google Trends em que você pode pesquisar palavras-chave e saber o quanto elas são procuradas e mencionadas. Isso é bem interessante caso você esteja em dúvida se determinado conteúdo é bom ou não.



- **Esteja sempre atento a televisão**

A televisão ainda tem muita força no Brasil e, por muitas vezes, assuntos que aparecem em programas e jornais viralizam na internet.

Então, fique sempre atento aos assuntos que os programas de tv trazem e, se combinarem com o seu nicho, transforme esses temas em pautas para vídeos.

- **Procure temas compartilháveis**

Para um vídeo se tornar viral, ele precisa ser compartilhado.

Então, quando estiver selecionando pautas para os seus vídeos, tente encontrar aquelas que têm a maior probabilidade de serem compartilhadas.

Como vídeos de passo a passo, listas, curiosidades, segredos, mitos x verdade, como conseguir algo em pouco tempo ou com pouco dinheiro etc.



▶ **Truque para melhorar o seu posicionamento**

Todos aqueles elementos textuais como título, descrição etc. que você pode adicionar aos seus vídeos são de grande importância para o algoritmo do YouTube. Uma dessas informações que você pode adicionar, e que é negligenciada por muitos produtores de conteúdo, são as tags.

Tags são palavras ou pequenas frases que indicam o assunto, categoria e outras particularidades do seu vídeo. Elas são de extrema importância para as ferramentas de ranqueamento do YouTube. Sem as tags, o YouTube terá dificuldade em classificar e indicar os seus vídeos a outros espectadores.

Para encontrar as melhores tags para os seus vídeos, você pode estudar a sua audiência e descobrir quais são os termos mais pesquisados por eles. Ou... pode fazer esse truque que vou mostrar a você.

#Passo 1

Você deve conhecer e acompanhar os canais com maiores números de inscritos e visualizações, no mesmo nicho que o seu.

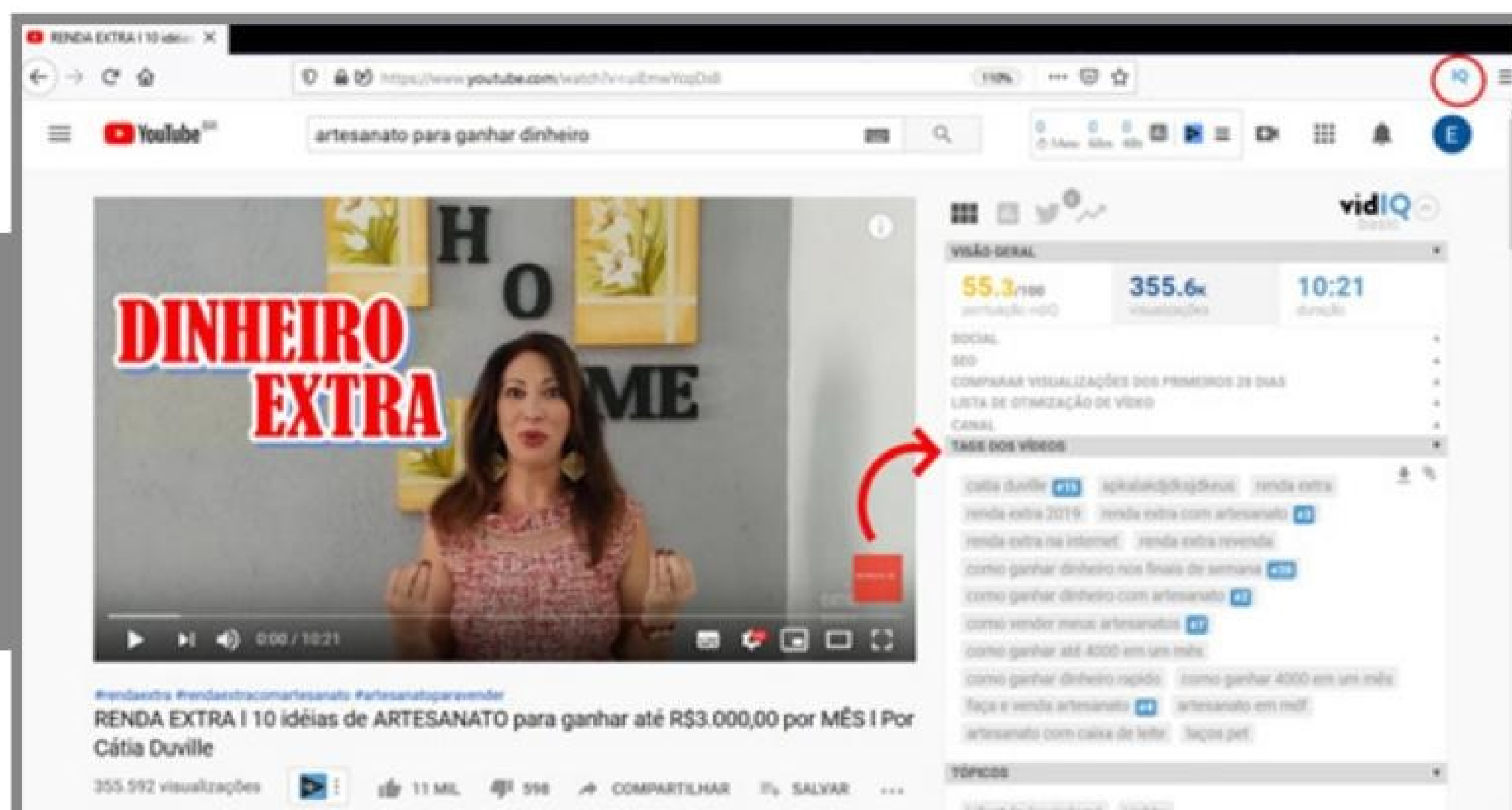
#Passo 2

Observe esses canais e veja quais são os vídeos mais assistidos e crie pautas para o seu canal com o mesmo tema. Mas, atenção! Salve os vídeos que foram a sua inspiração.

#Passo 3

Você vai utilizar uma ferramenta para saber exatamente quais tags foram usadas nos vídeos que inspiraram você. Para isso, você pode usar o Vid IQ ou TubeBuddy. Eles são extensões que você salva no seu navegador de internet.

Depois de instaladas, elas mostrarão diversas informações sobre qualquer vídeo do Youtube. Incluindo, as tags.



#Passo 4

Feito o seu vídeo, é hora de fazer o upload no seu canal. Preencha todos os campos de título e descrição. Quando chegar nas tags, copie as tags que aquele vídeo, que você usou de inspiração, utilizou e cole na caixa de tags do seu vídeo.

Pronto! Esse truque vai aumentar as chances do algoritmo do YouTube recomendar o seu vídeo para quem está vendo o vídeo mais visualizado. E a possibilidade do seu vídeo se tornar viral será muito maior.



CAPÍTULO 6

▶ Vídeos genéricos

Existe um tipo de vídeo que está ganhando bastante espaço no YouTube, é fácil de fazer, você não gasta nada e não precisa fazer nenhuma pesquisa para criação de conteúdo. Estou falando dos vídeos de relaxamento.

Vídeos de relaxamento são compostos com apenas uma imagem e um áudio, e ajudam pessoas a se distraírem, meditarem e até a dormirem.

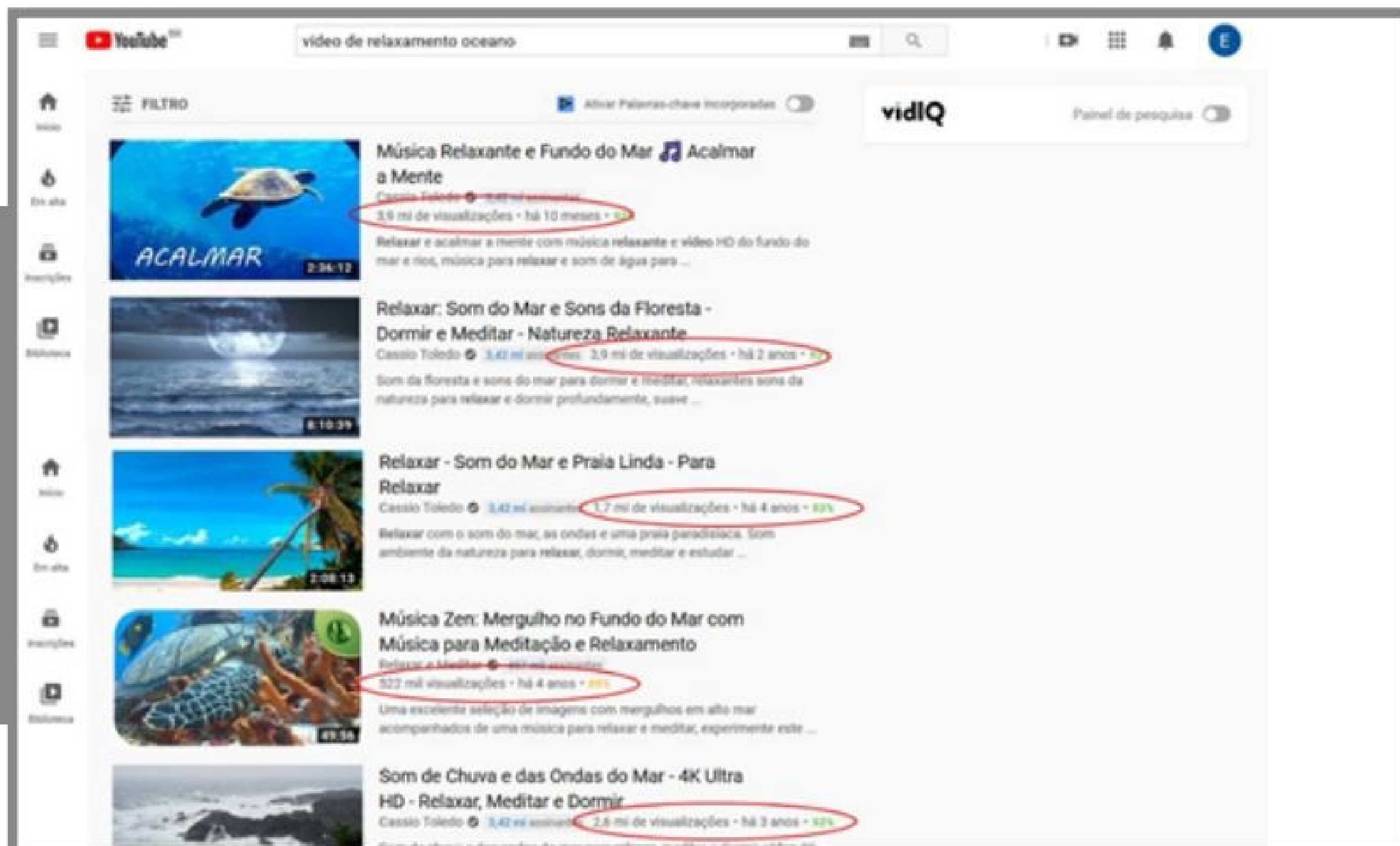
Você pode encontrar esse tipo de vídeo facilmente no YouTube, alguns com poucos minutos, outros com horas de duração, mas todos com o mesmo formato.

Esse tipo de vídeo se tornou popular, principalmente, pela carga de estresse generalizado que milhões de pessoas sofrem todos os dias.

Quadros de estresse podem levar a cansaço, insônia e fadiga mental. Os vídeos de relaxamento ajudam a mente a entrar em um estado mais calmo e relaxado.

A grande vantagem desse tipo de vídeo é a praticidade. Você não precisa fazer pauta, criar roteiro, fazer narração etc.

Além disso, vídeos de relaxamento estão acumulando milhões de visualizações no YouTube todos os dias.



Como produzir

A criação de vídeos de relaxamento leva pouco tempo e, em geral, é bem simples. Vamos aos passos!

1º Passo – Escolha um vídeo

Vídeos de relaxamento são feitos com uma imagem em loop e um áudio. Recomendo que você escolha um vídeo curto de alguma paisagem, como oceano, floresta, chuva, água corrente etc. Faça o download desse vídeo e salve no seu computador.

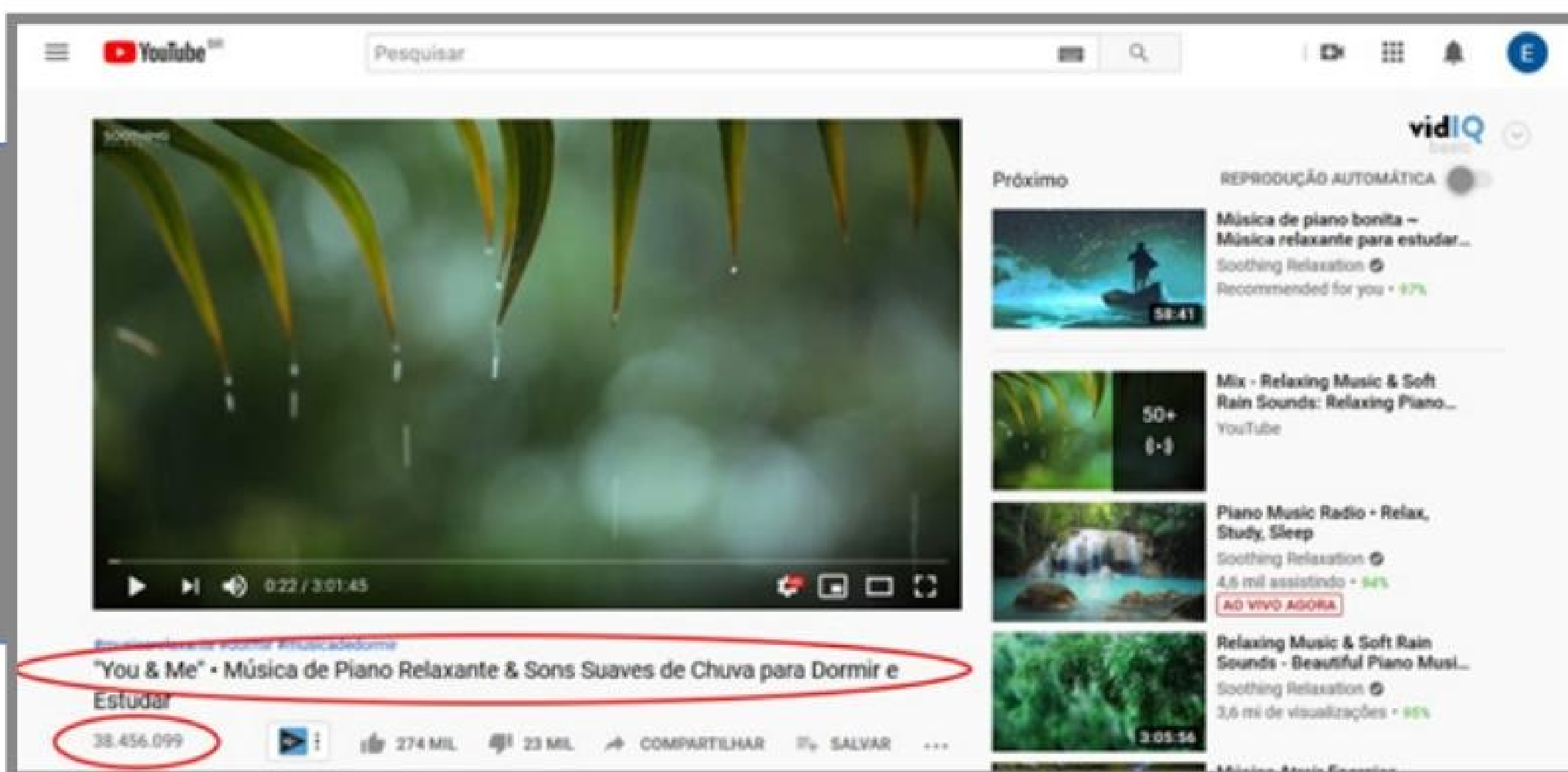
Para encontrar pequenos vídeos, de graça e que você pode usar livremente no seu canal, eu recomendo o site Pexels. Lá, você encontra milhares de vídeos e imagens de todos os tipos.



2º Passo – Áudio

Para o áudio do seu vídeo, você pode usar: o som ambiente que já está no vídeo, como o barulho do mar ou da chuva; Ou, você pode escolher uma trilha sonora para acrescentar no vídeo.

Você pode encontrar trilhas sonoras no site Bensound.com.



3º Passo – Editar

Depois de encontrar o seu vídeo e áudio, você precisa editar. Mas, a edição, no caso de um vídeo de relaxamento, é muito simples.

Você irá abrir o seu vídeo no seu editor de vídeos e copiar e colar o vídeo várias vezes no campo de edição para que ele fique com o tamanho que você deseja. Como eu disse antes, alguns vídeos de relaxamentos têm horas de duração.

Algumas ferramentas de edição que podem ajudar você a criar um vídeo de relaxamento:

- Lightworks;
- VSDC Free Video Editor;
- Free Video Editor;
- WeVideo;
- Videopad;
- Filmora;
- Movavi;
- iMovie.

4º Passo – Use o SEO em seu favor

Para o sucesso no YouTube, além de um vídeo relevante e bem feito, é preciso sempre estar atento as técnicas de SEO.

SEO é um conjunto de técnicas de otimização que ajudam sites e vídeos a alcançarem bons rankings orgânicos em sites de busca. Elas ajudam a gerar tráfego e autoridade para o seu vídeo.

Para um vídeo ter um bom posicionamento no YouTube e no Google, é preciso:

- **Escolher as palavras-chave certas**

Use palavras-chave que são pesquisadas com frequência pelo público do seu vídeo.

- **Prestar atenção ao título do vídeo**

Para um título ter maiores oportunidades de chamar atenção ele precisa ter, em torno de, 5 palavras ou 100 caracteres e conter uma palavra-chave.

- **Thumbnail**

Thumbnail é aquela imagem que aparece no vídeo antes de você clicar. Ela deve traduzir o que é o seu vídeo da melhor forma possível, porque uma boa thumbnail pode atrair ou afastar novas pessoas.

Coloque uma imagem que chame a atenção e tenha relação com o tema do vídeo. Se precisar procure um designer para ajudar.

- **Descrição do vídeo**

Não deixe a descrição do vídeo em branco. Coloque o link do vídeo, uma pequena descrição (+ ou – 100 palavras) e use as suas palavras-chave entre 3 a 4 vezes ao longo do texto.

- **Explore as tags**

Elas servem para ajudar o YouTube a reconhecer quem consome conteúdo com a mesma temática que o seu vídeo e recomendá-lo para quem pesquisa certos termos.

Por isso, use palavras-chave, palavras relacionadas ao seu nicho, termos genéricos (também relacionados ao seu nicho) e até nomes de canais com conteúdo semelhantes ao seu.



CAPÍTULO 7

▶ **Reviews**

Como já mostrei aqui, nesse ebook, existem várias ótimas maneiras de conseguir fazer dinheiro com o seu canal. Mas, se você ainda está inseguro ou não tem prática na criação de conteúdo autoral para vídeos, uma boa e simples estratégia é trabalhar com reviews, ou seja, criando resenhas de produtos.

Focar em vídeos resenhando produtos é uma boa opção porque:

1. Você não precisa criar um produto;
2. Você não precisa criar uma página de vendas;
3. Você pode fazer review de qualquer produto;
4. Não precisa de uma produção extremamente bem elaborada.

▶ **Se tornando um afiliado**

O melhor jeito de ganhar dinheiro com vídeos de reviews é sendo afiliado deles. Você cria um vídeo falando sobre aquele produto e deixa o seu link de afiliado na descrição. Assim, você ganha visualizações e vendas, tudo ao mesmo tempo.

Ser um afiliado, nada mais é do que ganhar uma comissão com vendas de produtos de outras pessoas. Você ajuda o produtor a vender e, em troca, ganha uma parte da venda.



Quando você se torna afiliado de um produto, você recebe um link especial e, cada vez que alguém compra através desse link, você ganha uma comissão. Por isso, é importante sempre deixar o seu link de afiliado na descrição dos seus vídeos.

Você pode encontrar milhares de produtos na Monetizze, na Hotmart ou no Eduzz.



Mas, atenção, é preciso de alguns cuidados na hora de escolher um produto para se afiliar:

► Ticket

Ticket é como chamamos o valor do produto. Quanto maior o ticket mais esforço é preciso para conseguir vender, mas tem comissões bem interessantes.

Mas, para quem está começando, o melhor é procurar produtos com tickets mais baixo, que são mais fáceis de vender.



► **Comissão**

Avalie o valor da comissão que você pode ganhar e analise se ele é um valor vantajoso para você ou não. Produtos com ticket alto, podem ter maiores comissões, mas podem ser mais difíceis de vender.

Análise quais são as oportunidades que trarão maior retorno. Na hora de escolher, considere fatores como: se o preço é acessível para seu público-alvo ou se o tema pode atrair um número maior de visitantes e compradores.

► **Evergreen**

Traduzindo para o português, "evergreen" significa "sempre verde". Produtos evergreen são aqueles que sempre estão entre os mais vendidos das plataformas de afiliação. Esse é o tipo de produto que é vendido com facilidade.

Dê uma olhada em produtos evergreen do seu nicho, avalie e utilize os critérios anteriores para analisar se ele vai ser interessante para você.

► **Atenção a página de vendas**

Antes de se afiliar, dê uma olhada na página de vendas do produto. Ela é bonita e passa informações uteis? Ou é confusa e incompleta?

É importante analisar a página como se você fosse o comprador. Se aquela página de vendas não atrai você, por que ela iria atrair outras pessoas? Isso dá a você uma perspectiva melhor sobre que tipo de produtos as pessoas do seu nicho estão interessadas.



Review

Você já escolheu o nicho em que quer trabalhar, já criou o canal, encontrou um produto na Monetizze, Hotmart ou Eduzz que queira promover e está com o seu link de afiliado pronto. Agora, vamos criar o seu vídeo de review.

Na hora de gravar o vídeo, você tem três opções:

1. Aparecer durante o vídeo todo;
2. Aparecer parcialmente, em algum momento pontual;
3. Não aparecer.

Se você escolheu aparecer ou aparecer parcialmente, é interessante você pensar em um cenário atrás e ter uma câmera para filmar você.

Eu sei que você está começando e não tem recursos para comprar coisas caras para gravação. Então, invista em celulares, alguns tem câmeras excelentes e podem servir como microfones, se você não tiver um. Procure, também, câmeras mais baratas em sites tipo Aliexpress, dá para encontrar coisas muito legais que custam barato.

Se você não quiser aparecer no vídeo, pode usar os mesmos métodos que ensino lá no capítulo de Canais Adultos.

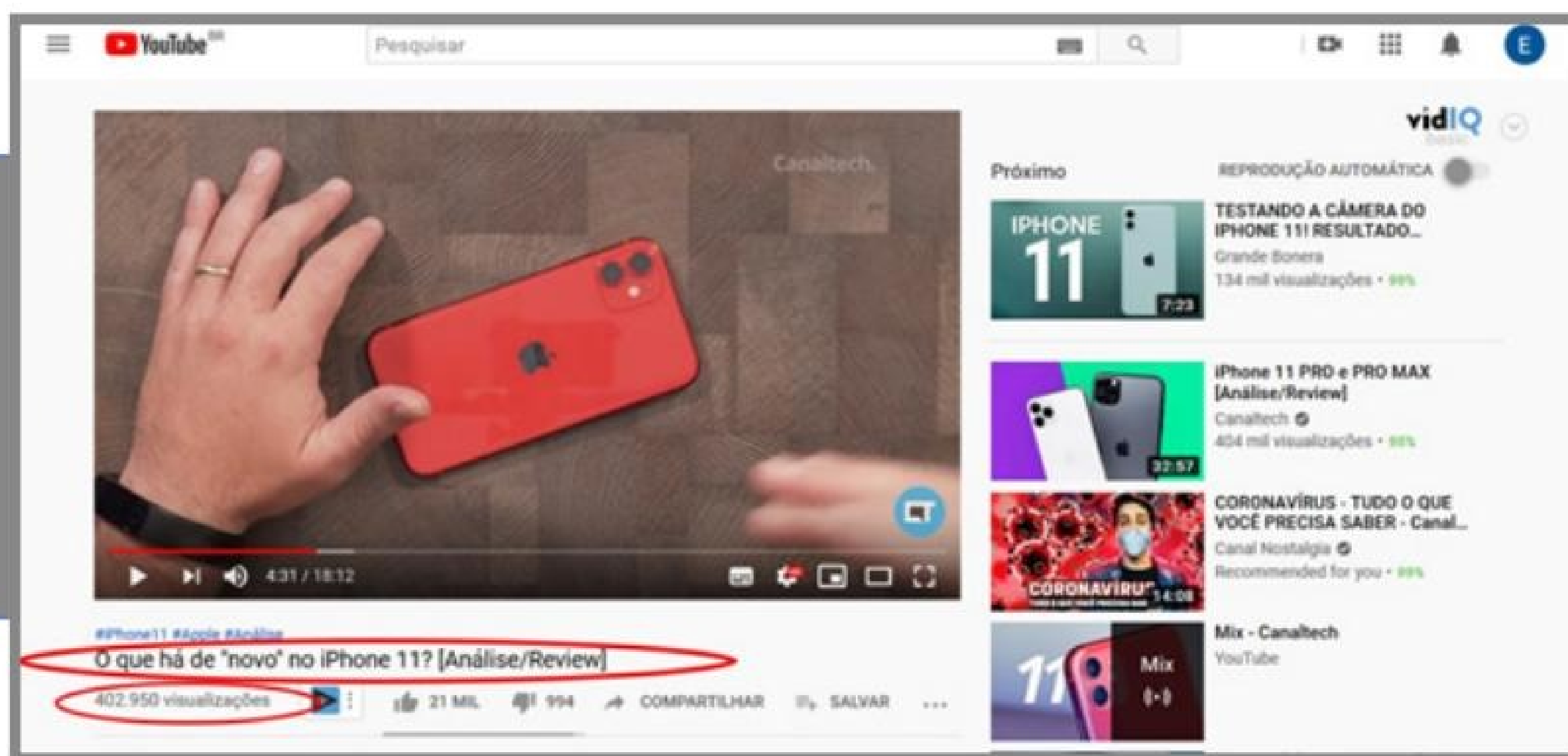
► Conteúdo

Todas as informações da página de vendas podem servir de conteúdo para o seu vídeo. Separe as informações mais relevantes sobre o produto e vá comentando enquanto mostra a página de vendas.

Ou mostra slides com imagens e texto compatíveis com o seu produto. Ou até, fale suas impressões aparecendo na câmera e depois mostre a página.

São várias opções de como você pode estruturar o seu vídeo. Mas, o importante é passar as informações que seu público está procurando.

Se você tiver a chance de comprar o produto, melhor ainda. Você vai ter um diferencial: estar mostrando o produto por dentro.





► Pós gravação

“Terminei o vídeo, coloquei título, descrição e fiz o upload no meu canal. Acabou por aqui?”. Não, ainda tem mais.

Para além de apenas um vídeo com um bom número de visualizações, você quer criar uma audiência no seu canal e melhorar o ranqueamento dos seus vídeos.

Por isso:

1. Grave vídeos todos os dias;
2. Escolha as palavras-chave certas para os títulos e descrições;
3. Sempre use tags;
4. Faça thumbnails bacanas;
5. Faça reviews de produtos diferentes;
6. Se preciso, faça mais de um vídeo sobre um mesmo produto;
7. Divulgue o link dos seus vídeos em diferentes mídias, como site (se você tiver um), Facebook, Instagram, grupos de WhatsApp e Telegram (se eles tiverem a mesma temática do seu produto). E peça para amigos e familiares visualizarem, curtirem, comentarem e compartilharem os seus vídeos;
8. Invista tempo para construir um conteúdo de qualidade para o seu canal.

CAPÍTULO 8

▶ Conclusão

A dica mais valiosa para quem deseja ganhar dinheiro por meio do YouTube que eu posso dar é: tenha paciência!

Às vezes, o seu canal pode explodir e se tornar um sucesso rapidamente. Outras vezes, a maioria das vezes, você precisará de paciência para conseguir fazê-lo crescer. Não é porque o seu canal está demorando para crescer e faturar, que você deve deixá-lo as moscas. É apenas com o seu esforço e trabalho que você e seu canal poderão prosperar.

Lembre-se sempre de cuidar o seu canal, pensar nos conteúdos com cuidado, responder comentários e manter atualizado com vídeos novos. Qualidade de produção (imagem, principalmente) não resolve o problema de conteúdo ruim, e na maior parte das vezes, não é nem de longe uma exigência para se ter um canal bem sucedido.

Outros fatores que influenciam muito nesse meio são: carisma e personalidade. Não é incomum encontrar canais que não seguem a maioria das dicas expostas aqui, mas ainda sim se mostram extremamente bem sucedidos por contarem com personalidades cativantes. Tente ser sempre natural e espontâneo.

É comum que, no começo, suas publicações não saiam muito boas, mas basta vasculhar os primeiros vídeos de grande parte dos canais de sucesso para ver que tudo se trata de um processo gradual de evolução.

Desejo a você e ao seu canal, muito sucesso nessa jornada e espero que as minhas dicas possam gerar a você uma Avalanche de Vendas Todos os Meses.



OCTOPUS

GERADOR DE LUCROS NO YOUTUBE

[Inédito] **Software Exclusivo e Método Passo-a-Passo** Permitem a Você **Ganhar Dinheiro Através do YouTube** Sem Precisar Gravar Vídeos



QUER SABER COMO? CLIQUE AGORA

WWW.SISTEMAOCOTOPUS.COM.BR



FONTES

<https://blog.hotmart.com/pt-br/como-melhorar-seu-canal-no-youtube/>

<https://blog.hotmart.com/pt-br/criar-canal-no-youtube/>



Acesse: sistemaoctopus.com.br