



A era do YouTube Marketing de Criadores:



um manual para o sucesso

O poder da visualização com propósito

O YouTube abre o caminho no streaming ao transformar espectadores em comunidades, se tornando o maior canal de crescimento inexplorado no marketing de criadores de conteúdo.

Visualizações Valor

O marketing de criadores de conteúdo está entrando em uma nova era, em que o alcance massivo, os públicos-alvo com alta intenção e os criadores mais confiáveis geram um impacto duradouro para as marcas. O YouTube é a plataforma nº 1 que os espectadores acessam quando querem pesquisar, avaliar ou tomar decisões sobre uma marca, produto ou serviço.¹

O modelo para a era do YouTube

As marcas podem alcançar públicos-alvo do feed do Shorts à sala de estar, conectando-se com espectadores que as plataformas sociais não conseguem atingir. Este manual oferece uma estrutura para o marketing de criadores de conteúdo e mostra como você pode:

Aprimorar

a performance dos ativos para o YouTube

Aprofundar

parcerias com criadores de conteúdo para incentivar a ação

Alavancar

resultados com nossas soluções de IA líderes de mercado

81%

De acordo com uma pesquisa realizada pela Kantar, 81% dos espectadores pesquisados no Brasil afirmam que o YouTube é a plataforma de vídeo que eles mais assistem, superando a média da concorrência (52%).⁹⁹⁹



1. Source: Google/Kantar, Future of Video, BR, 2026, n=912 YouTube viewers, n=2280 weekly video viewers 18-64, fielded from (3/4/2026-3/17/2026). Competitive set includes 9 market competitors: Cable-Pay TV, Open TV, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter).

Aprimore a performance dos ativos para o YouTube

O conteúdo em Social costuma depender de movimentos virais, mas o conteúdo do YouTube é feito para uma descoberta por meio da cultura e do consumo. As marcas ganham vantagem ao trazer os ativos de melhor performance para o YouTube e continuar impulsionando as vendas.



60%

Com base em uma meta-análise de MMM da Uncover no Brasil, em média, adicionar o YouTube às campanhas de Busca do Google gerou um ROAS 60% maior, e adicionar o Demand Gen à Busca do Google gerou um ROAS 21% maior, demonstrando que a ativação de soluções no topo do funil aumenta a eficiência da Busca.²

Vá além da visualização



A migração do conteúdo para o YouTube oferece acesso a campanhas com tecnologia de IA que podem ser usadas em todas as plataformas do Google. Centenas de melhorias recentes fizeram com que as campanhas Geração de Demanda gerassem, em média, **40% mais valor de conversão**.

Para aumentar a escala ou o reconhecimento da marca, impulse os ativos dos criadores de conteúdo com campanhas de alcance de vídeo.

Para engajamento ou consideração, use as campanhas para visualizações de vídeo.

Para gerar tráfego de qualidade, leads e vendas on-line, considere a Geração de Demanda. Ela é ideal para impulsionar os ativos dos criadores de conteúdo.

Aprofunde as parcerias com criadores de conteúdo



Você precisa das ferramentas certas para encontrar o parceiro ideal para sua marca em um enorme ecossistema de criadores de conteúdo. Use as Parcerias com Criadores do YouTube para descobrir os criadores perfeitos para sua marca e colaborar com eles.

Nunca foi tão fácil encontrar o criador de conteúdo ideal para sua marca, seja com o Google Ads, o DV360 ou parceiros de API selecionados.

Os anunciantes podem acessar as Parcerias com Criadores do YouTube no Google Ads ou no DV360 para:

-  Descobrir vídeos patrocinados de criadores de conteúdo que mencionam sua marca.
-  Ativar a visibilidade de dados orgânicos e co-branding.
-  Acompanhar a performance orgânica e paga em um só lugar.

As agências de marketing de influência podem fazer a integração com a API YouTube Creator Partnerships para:

-  Encontrar e entrar em contato com criadores de conteúdo do YouTube que se alinham perfeitamente às marcas.
-  Gerenciar o acesso da marca parceira para todos os clientes em grande escala.
-  Mostrar aos clientes o poder combinado da influência orgânica dos criadores de conteúdo e das conversões de mídia paga.

Os anunciantes que trabalham com agências podem usar as Parcerias com Criadores do YouTube diretamente ou orientar as agências a:

-  Enviar briefings por campanhas abertas.
-  Alinhar a descoberta de criadores de conteúdo às principais metas e firmar parcerias de longo prazo com eles.
-  Trabalhar com agências para incluir ativos de criadores em todas as campanhas com tecnologia de IA.



Alavanque seu impacto

Os criadores de conteúdo fizeram do YouTube a principal plataforma para a descoberta e tomada de decisões.

Alie as parcerias com criadores aos formatos de anúncio com tecnologia de IA

Boost para parcerias com criadores: depois de identificar os ativos de marketing de criadores com alta performance, transforme-os em anúncios de destaque nos Shorts, in-stream e muito mais.

O efeito composto

A vida útil prolongada e a capacidade de descoberta do conteúdo do YouTube garantem. De acordo com uma pesquisa realizada pela Kantar, 66% dos espectadores pesquisados no Brasil dizem que têm mais probabilidade de comprar uma marca que patrocina um criador importante no YouTube.³



Aprendizado

Ao unir a voz autêntica de um criador de conteúdo e os formatos de anúncio com tecnologia de IA, você promove uma confiança real e duradoura que faz as pessoas quererem comprar.



3. Source: Google/Kantar, Future of Video, BR, 2026, n=1081 YouTube viewers, n=2280 weekly video viewers 18-64, fielded from (3/4/2026-3/17/2026). Competitive set includes 9 market competitors: Cable-Pay TV, Open TV, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter).

Entenda o **ROI**

Uma visualização unificada da performance orgânica e paga.

Relatório **de** **termômetro** da marca

Tenha uma visão geral da integridade da marca no YouTube em mídias pagas, próprias e ganhas. É uma maneira simples de entender o panorama geral, como encontrar a participação de voz em comparação com os concorrentes.

No nível da campanha, nossos relatórios acompanham a performance paga e orgânica juntas. Sem silos.



Comprove o sucesso com dados de incrementalidade:

Brand **Lift**

Meça o aumento incremental em KPIs como reconhecimento, consideração ou intenção de compra.

Search **Lift**

Demonstre a relação entre o público que vê um anúncio e as pesquisas por uma marca ou um produto.

Conversion **Lift**

Mostre que os anúncios geram ações específicas, e não apenas visualizações passivas.

Além de garantir que os KPIs sejam atendidos, isso diferencia os resultados orgânicos e pagos das parcerias com criadores de conteúdo.

