YouTube

MANUAL DO CRIADOR

MANUAL DO CRIADOR

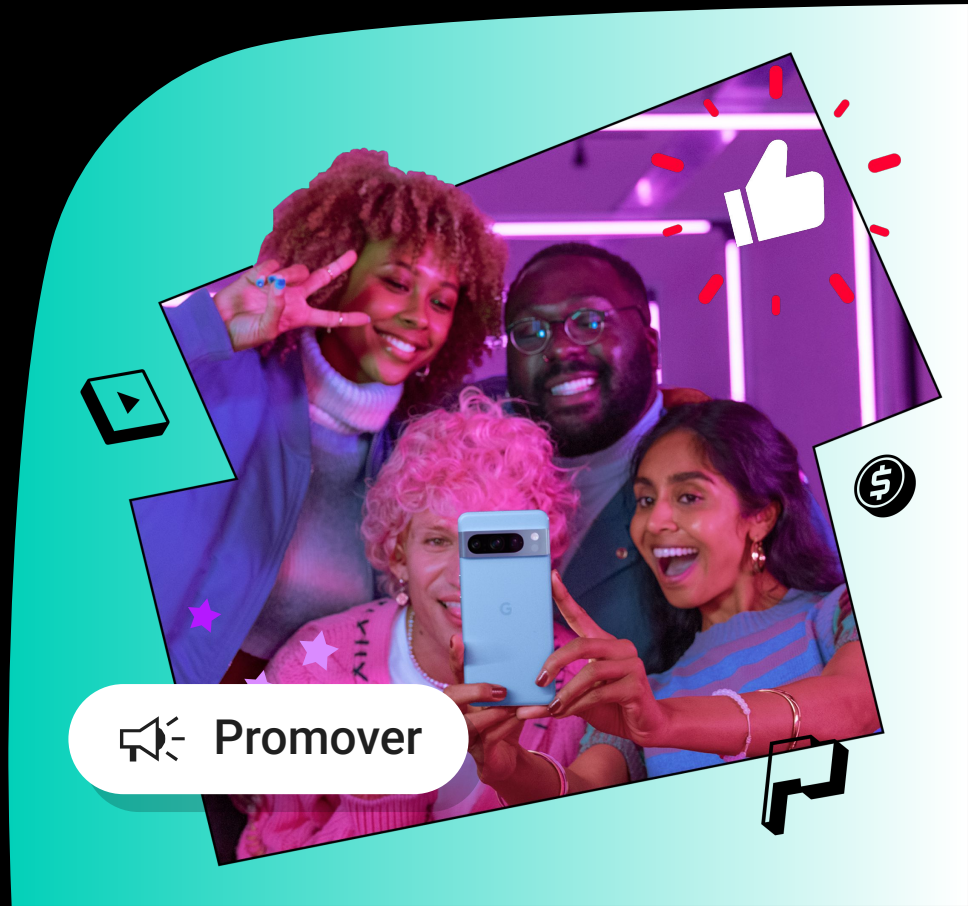
MANUAL DO CRIADOR

MANUAL DO CRIADOR

MANUAL DO CRIADOR

MANUAL DO CRIADOR

Descubra como **aumentar seu público** e as **visualizações nos seus vídeos** com o recurso Promover



ÍNDICE

01 O que é o recurso Promover

02 Metas da campanha

03 Seleção de vídeos

04 Opções de segmentação e orçamento

05 Acompanhamento da performance de anúncios

06 Maximização de resultados

07 Práticas recomendadas para criativos de anúncios

Perguntas frequentes

O QUE É O RECURSO PROMOVER



O que é o recurso Promover?

O recurso Promover ajuda a desenvolver seu canal e seus negócios no YouTube.

Além da pesquisa, recomendações e outras ferramentas orgânicas do YouTube, você pode usar o Promover para **impulsionar o engajamento e as inscrições do canal, aumentar a visibilidade dos vídeos** e **receber mais cliques no seu site**.

O Promover já faz parte do YouTube Studio para Web e dispositivos móveis e é ideal para turbinar o alcance dos seus vídeos.



Leve seus vídeos a novos fãs.

Comece a usar o Promover hoje

Por que devo testar o recurso Promover?

Faça seus vídeos alcançarem mais espectadores no YouTube, onde todo mundo assiste.

Não importa se você cria por diversão, trabalho ou ambos: você quer que mais gente veja seu conteúdo.

O crescimento que vem com o uso das ferramentas orgânicas é só o começo. Com o Promover, seus vídeos chegam a mais espectadores, atraindo novos fãs e gerando engajamento. Tudo isso com você sempre no comando do seu conteúdo.



Alcance e visibilidade
Mostre seus vídeos para novos públicos que podem acabar gostando muito do seu conteúdo.



Promoção segmentada
Conecte-se facilmente com os espectadores mais relevantes para seu canal e defina um orçamento adequado para você.



Simplicidade
Crie uma promoção com apenas alguns cliques, sem precisar de uma experiência complexa de compra de anúncios.



Flexibilidade
Se você quer mais inscritos, visualizações ou cliques no site, o recurso Promover tem tudo para melhorar seus resultados.

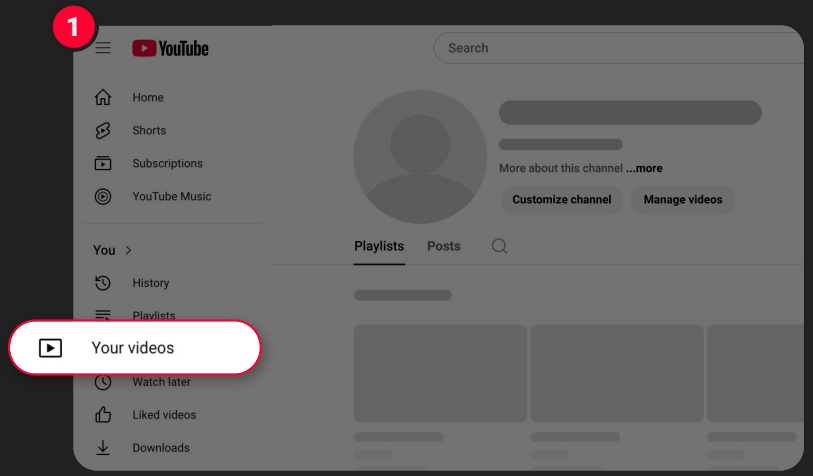
METAS DA CAMPANHA

02

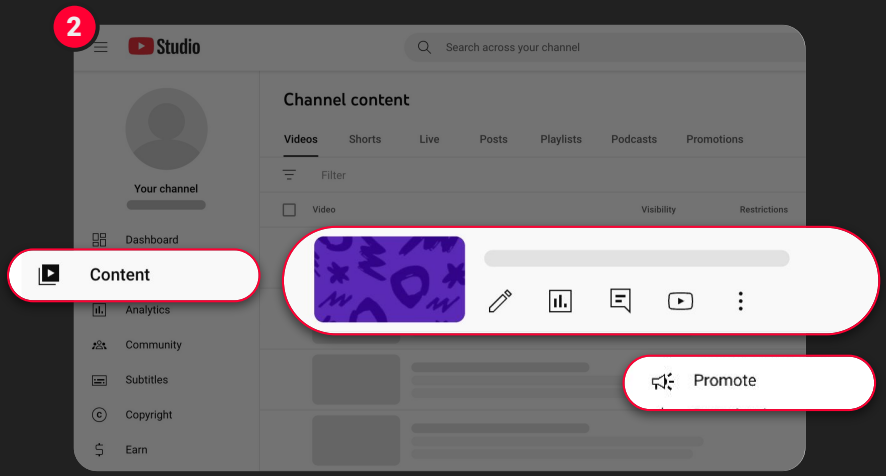


Como uso o recurso Promover?

Para configurar **direto no YouTube pelo seu desktop***:



- Acesse “**Seus vídeos**” para abrir o YouTube Studio.

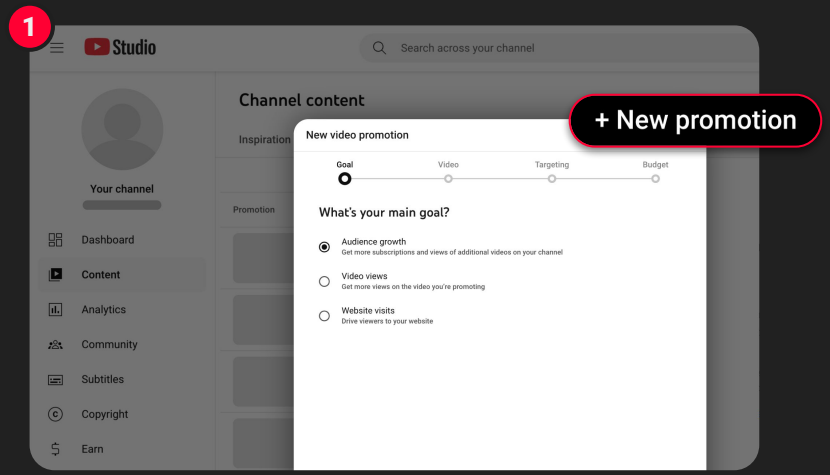


- Selecione “**Conteúdo**”.
- Clique no **menu de três pontos** do vídeo desejado.
- Escolha “**Promover**”.

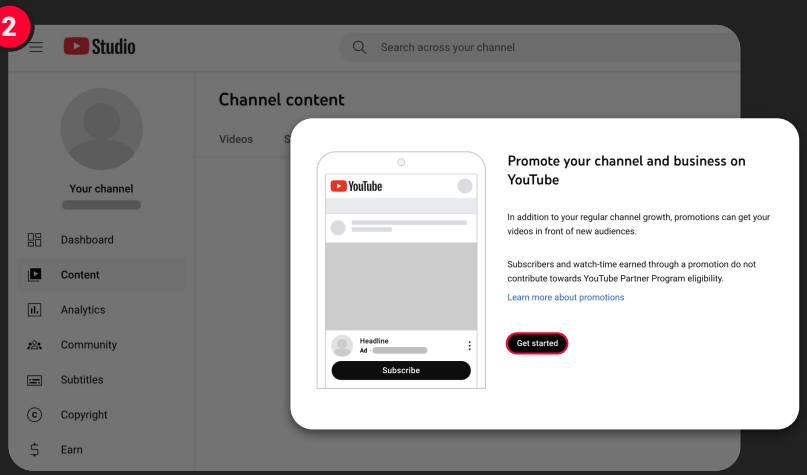
*__Observação__: é necessário ter uma conta do Google Ads. Ela é criada para você durante a configuração da sua primeira campanha.

Como uso o recurso Promover?

Para configurar usando o **YouTube Studio pelo seu desktop***:



- No YouTube Studio, selecione a guia "**Promoções**" e clique em "**+ Nova promoção**"

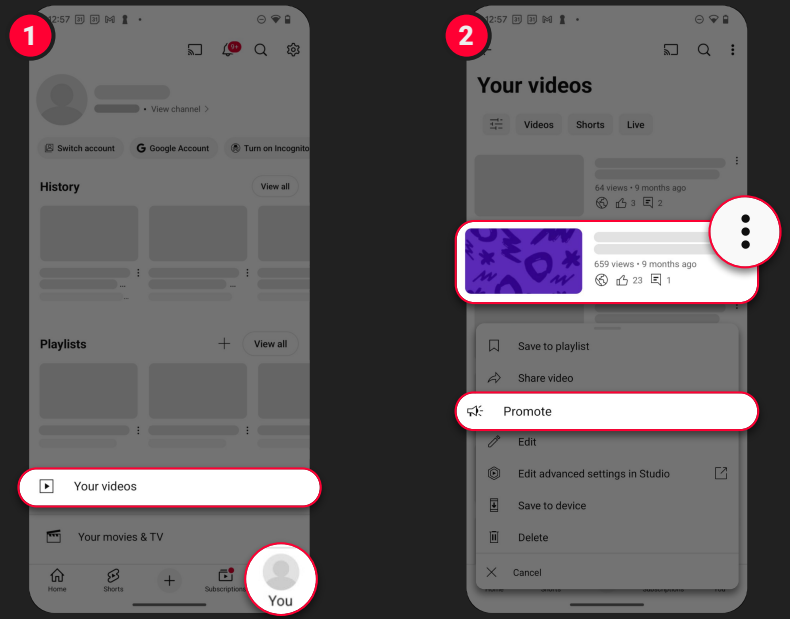


- Se for um novo usuário, clique em "Começar".

*__Observação__: é necessário ter uma conta do Google Ads. Ela é criada para você durante a configuração da sua primeira campanha.

Como uso o recurso Promover?

Para configurar usando o **app YouTube no seu dispositivo móvel***:

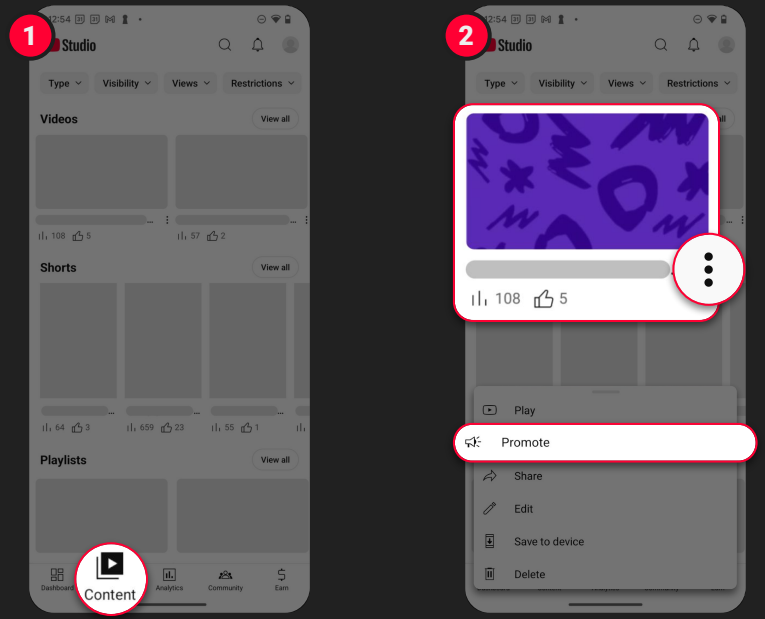


- No **app YouTube**:
  - Acesse a guia “**Você**”.
  - Navegue até “**Seus vídeos**”.
  - Selecione um dos seus conteúdos em “**Vídeos**” ou “**Shorts**”.
  - Toque no **menu de três pontos** e depois em “**Promover**”.

*__Observação__: disponível apenas no app Android

Como uso o recurso Promover?

Para configurar usando o **app Studio no seu dispositivo móvel***:



- No **app YouTube Studio**:
  - Acesse “**Conteúdo**”.
  - Toque no **menu de três pontos do vídeo que você quer promover**.
  - Selecione “**Promover**”.

*__Observação__: disponível apenas no app Android

Personalize a campanha de acordo com suas metas

O recurso Promover oferece **três metas diferentes de campanha** dependendo dos seus objetivos:



Crescimento do público

Vamos conquistar mais inscritos.

O Promover otimiza a campanha para chegar aos espectadores que provavelmente vão se inscrever no seu canal.



Visualizações de vídeos

Vamos turbinar as visualizações.

O Promover mostra o anúncio do seu vídeo para pessoas com maior chance de se interessar por ele, o que traz mais visibilidade e alcance.



Visitas ao site

Vamos fazer as pessoas acessarem seu site.

O Promover direciona a campanha para que os espectadores cliquem no site que você quer. Assim, você divulga produtos, serviços ou conteúdo on-line com eficiência.

Observação: os inscritos e o tempo de exibição gerados com o Promover não contam para o Programa de Parcerias do YouTube (YPP).

História de sucesso: Escola para YouTubers

Educação | Criador estabelecido

Metas:

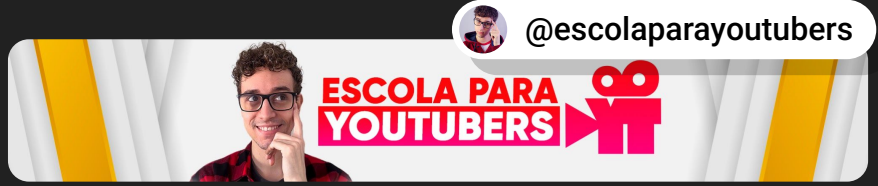
- Visualizações de vídeos
- Visitas ao site

Resultados:

2x mais vendas

7x mais retorno sobre o investimento

A Escola para YouTubers cria vídeos para quem quer aumentar o próprio canal. Ela começou a testar o recurso Promover com o objetivo de alavancar as vendas de cursos. Dois vídeos importantes foram promovidos para impulsionar o tráfego do site. O resultado foi um aumento nas vendas e na receita que superou em muito o gasto com publicidade.



"As Promoções são uma ótima solução para criar anúncios. Com poucos cliques, elas já estão no ar. **Como são fáceis de configurar, as Promoções são perfeitas para criadores como eu**."

Caique Pereira
Criador do canal Escola para YouTubers

YouTube

SELEÇÃO DE VÍDEOS



Como escolher os melhores vídeos para o recurso Promover

Tudo começa com os vídeos certos. Eles precisam ter mais de 10 segundos. Fora isso, **considere o seguinte para engajar seu público**:

Relevância em relação à meta

Alinhe o conteúdo do vídeo à sua meta. Por exemplo, se o objetivo for aumentar o número de inscritos do canal, escolha um vídeo que mostra o tipo de conteúdo que os espectadores vão ver no seu canal.

Controle total do vídeo

Escolha qualquer vídeo do seu canal, independente do desempenho anterior. Com o Promover, você decide se quer impulsionar um vídeo com alto desempenho ou dar uma segunda chance a um conteúdo antigo.

Apelo para o público

Escolha vídeos que interessem o público que você quer alcançar.

Conformidade com a política de anúncios

Todos os vídeos promovidos precisam cumprir as políticas de anúncios em vídeo do YouTube. Confirme se os vídeos não têm conteúdo que viola essas políticas, como linguagem imprópria, violência ou informações enganosas.

Entenda a análise de conformidade com a política de promoções



Como funciona o processo de análise

Depois que você cria uma promoção, seu vídeo passa automaticamente por uma análise de conformidade com a política do Google Ads.



A análise vai verificar o conteúdo, incluindo, mas não se limitando a:

- **Conteúdo do vídeo**
- **Título**
- **Descrição**

Clique aqui para saber mais sobre as políticas do Google Ads



Status da violação

Se uma violação for encontrada, sua promoção poderá ser marcada como "Reprovada" ou "Ativa (limitada)", dependendo do caso.

Passe o cursor sobre o status para saber mais sobre a violação.

Observação: as análises geralmente levam de 1 a 2 dias antes que seu anúncio comece a ser veiculado.

Exemplos de violações e correções comuns

Conteúdo político

Conteúdo que mostre **um ocupante de cargo público** (menção verbal ou imagem) agora se qualifica como anúncio eleitoral

Solução: conclua a verificação de propaganda eleitoral e saiba mais sobre as políticas de conteúdo político e a verificação de propaganda eleitoral

Saúde e medicamentos

Alguns temas de beleza/saúde podem ser restritos

Correção: analise as políticas de saúde e medicamentos em detalhes e selecione outro conteúdo

Produtos financeiros

O conteúdo de produtos e serviços financeiros precisa **obedecer às regulamentações estaduais e locais** de todas as regiões segmentadas pelo anúncio

Solução: faça a verificação de serviços financeiros e saiba mais sobre nossas políticas de produtos e serviços financeiros

Requisitos editoriais, pontuação, símbolos e letras maiúsculas:

Emojis, pontuação excessiva e texto em letras maiúsculas

Correção: mantenha o texto claro e profissional. Saiba mais sobre as políticas de pontuação e símbolos e as de uso de letras maiúsculas

***Solução rápida**: o jeito mais rápido de lidar com uma reprovação pode ser trocar o vídeo da promoção. Se você ainda quiser promover o vídeo reprovado, recomendamos que analise a política sinalizada para entender por que o conteúdo recebeu esse status.*
***Vídeos privados**: não é possível veicular promoções em vídeos privados.*

História de sucesso: The Mönic

Música | Criador em ascensão

Metas:

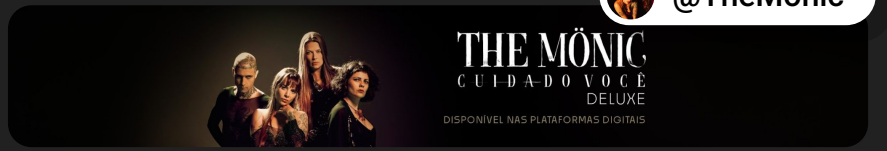
- Crescimento do público
- Visualizações de vídeos

Resultados:

~2x mais novos inscritos no canal

2x mais visualizações de vídeos

A banda de rock brasileira The Mönic queria um jeito simples de aumentar a base de fãs e promover seus clipes para um público mais amplo. As metas eram claras, mas ela tinha pouco tempo para lidar com plataformas complexas de publicidade. Foi aí que entrou o recurso Promover do YouTube. Usando a meta Crescimento do Público para aumentar o número de inscritos e a meta Visualizações de Vídeos para impulsionar essa métrica, foi possível identificar a origem do aumento no tráfego e medir a eficiência de cada promoção.



"É uma ferramenta muito poderosa, e todo artista precisa saber como ela funciona. Se for bem usada, os resultados podem ser incríveis. **É uma das melhores maneiras de promover sua música**."

Dani Buarque
integrante do The Mönic

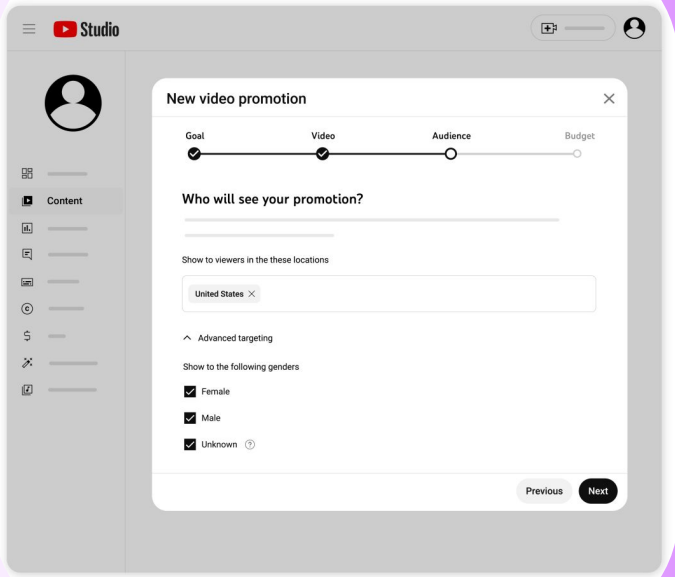
OPÇÕES DE SEGMENTAÇÃO E ORÇAMENTO



Segmentação eficiente de campanhas

Escolha quais públicos você quer que seus vídeos alcancem com a segmentação demográfica, que inclui: **idade, gênero, país e interesse**

A segmentação por interesse estará disponível para computador no mundo todo até dezembro de 2025 (sujeito a alterações)



Para que a promoção tenha o maior alcance possível, pule os controles de Segmentação Avançada e selecione vários países.

Observação: nossos sistemas levam de 1 a 2 dias para aprender e otimizar suas promoções e, assim, garantir que elas cheguem ao público certo. Vamos manter suas escolhas demográficas, mas podemos ir além dos interesses específicos que você selecionar para garantir que seu conteúdo alcance o público mais amplo possível dentro do grupo demográfico definido. Saiba mais.

Defina um orçamento que funcione para você



Otimização de performance

O recurso Promover usa seu orçamento da forma mais eficiente possível para atingir as metas da sua campanha.



Controle do orçamento total

A cobrança nunca será maior que o orçamento total que você definiu para a campanha.



Recomendações mínimas

É possível ter resultados com só USD 5, mas **geralmente recomendamos pelo menos USD 100** porque a performance da campanha tende a melhorar com o tempo.

Observação: o faturamento depende das configurações selecionadas no Google Ads com pagamentos automáticos ou manuais. Acesse a Central de Ajuda sobre Faturamento do Google Ads para saber mais. Se tiver algum problema de faturamento ou dúvidas sobre seus pagamentos, fale com a Equipe de Suporte do Google Ads.

YouTube

ACOMPANHAMENTO DA PERFORMANCE DO ANÚNCIO



Monitoramento das principais métricas

Acompanhe a performance da sua campanha e **identifique com facilidade o que está gerando resultados**.

Com os relatórios do Promover, você tem acesso aos dados necessários para **testar diferentes vídeos, metas e estratégias de segmentação** e encontrar a melhor fórmula.



Impressões
Saiba com que frequência a miniatura da sua promoção é mostrada.



Visualizações
Acompanhe o número de visualizações do seu vídeo promovido para avaliar o alcance da campanha.



Inscritos
O número de novos inscritos até três dias após assistir 10 segundos do seu vídeo ou clicar na sua promoção.



Custo total
Confira os gastos com cada campanha ao longo do tempo.



Visitas ao site
O número de acessos que o anúncio direciona ao seu site externo.

Observação: quer saber mais? Para uma visão detalhada das principais métricas, clique aqui.

Como fazer ajustes bem embasados

Use dados para melhorar sua campanha:



Teste vídeos diferentes

Tente promover dois vídeos diferentes com mesmo orçamento e segmentação. Os resultados vão mostrar qual vídeo teve o melhor desempenho e ajudar você a entender seu público.



Teste segmentações

Se a campanha não estiver chegando ao público certo, teste outras opções de segmentação para ajustar o alcance e melhorar o engajamento.
Por exemplo, se a sua meta é atingir um público maior, tente expandir a segmentação demográfica e geográfica.



Ajuste seu orçamento

Com base na performance da sua campanha, ajuste seu orçamento para aumentar ou diminuir os gastos com publicidade.

História de sucesso: Bethel Music

Religião | Criador grande

Metas:

Crescimento do público

Engajamento

Resultados:

10x mais novos inscritos no canal

2x mais retorno de investimento

A Bethel Music queria criar engajamento com o álbum "We Must Respond" e começou a testar o Promover. O resultado foi animador: as promoções focadas em novos inscritos tiveram sucesso. Para manter o ritmo, a Bethel Music fez uma campanha de duas fases para os artistas do The McClures, começando com uma leve introdução de um EP e seguindo com uma promoção intensa de uma música específica. Eles descobriram que a segmentação oferecida pelo recurso Promover ajudou a alcançar espectadores altamente engajados que ainda não eram inscritos. Hoje, o Promover se tornou uma ferramenta essencial que eles continuam usando em todos os lançamentos para alcançar novos fãs e ampliar a presença global.

Bethel Music @BethelMusic



O Promover é flexível e fácil de usar.
Fico sempre surpreso com os resultados que conseguimos com algo tão simples! Poder veicular Shorts como anúncios tem funcionado tão bem quanto o formato longo."

Thomas Cannariato
Gerente do YouTube na Bethel Music

MAXIMIZAÇÃO DE RESULTADOS



Como alcançar novos públicos

A ferramenta Promover pode ajudar seu canal a crescer agora e no futuro.



Estabeleça metas realistas

Defina metas claras e mensuráveis para suas campanhas usando o Promover e acompanhe
o progresso ao longo do tempo.



Para evoluir, se adapte

Seu público vai mudar, seu canal vai crescer, e sua estratégia
para o Promover também terá que manter esse ritmo. Acompanhe de perto a performance da campanha
e faça os ajustes certos para se antecipar às mudanças.



Abordagem integrada

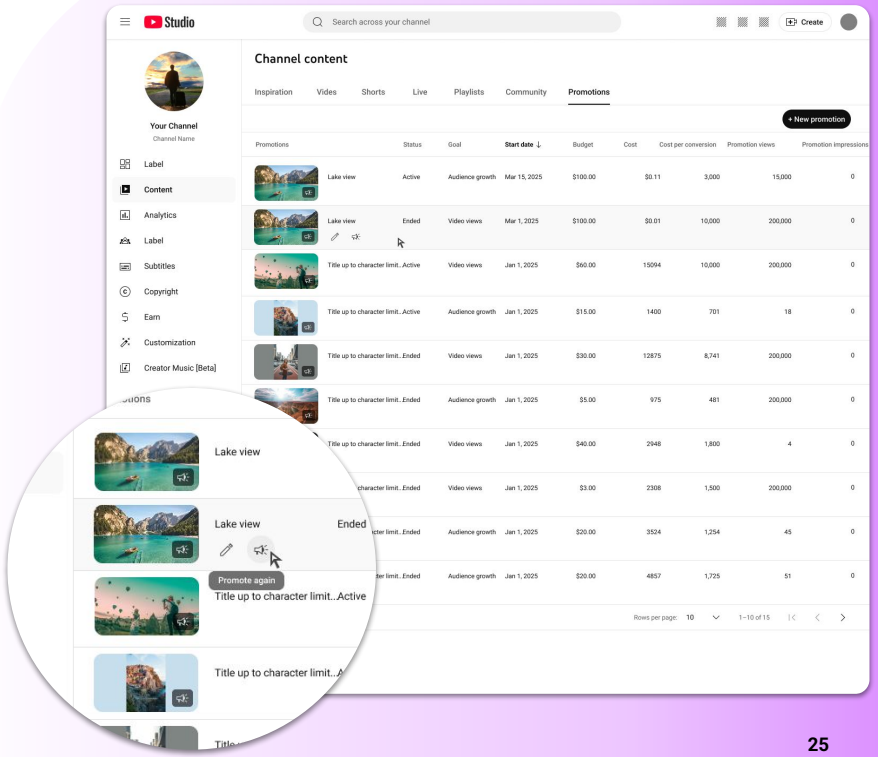
O recurso Promover é umas das diversas ferramentas que podem ajudar seu canal a crescer. Combine promoção paga à consistência na criação de vídeos e engajamento com a comunidade.

Relançamento de campanhas

Quer aproveitar o embalo? Com o recurso **Promover de novo**, você pode relançar suas campanhas de maior sucesso sem esforço.

Ele copia instantaneamente todas as configurações de promoção anteriores, permitindo que você **reinicie uma campanha de alto desempenho com apenas alguns cliques**.

Precisa ajustar algo? Você tem **controle total para ajustar as configurações depois de reiniciar**.



História de sucesso: RVi

Automóveis e transporte | Criador em ascensão

Metas:

Crescimento do público

Visualizações de vídeos

O canal RVi, criadores de produtos inovadores para trailers, já tinha uma comunidade muito ativa no YouTube, mas queriam um público ainda maior. Eles criaram vídeos com visões gerais sobre esse setor voltados a novatos e veteranos. Depois, promoveram esses vídeos usando as metas de crescimento do público e visualizações de vídeos para alcançar pessoas de mais demografias.



"Seu sucesso ou fracasso não depende de uma campanha de promoção. **Faça algumas campanhas para descobrir quais as principais métricas e como elas se comparam às expectativas**. Depois, tome decisões com base nisso."

Chris Bonham
Gerente de mídias sociais e marketing da RVi

PRÁTICAS RECOMENDADAS PARA CRIATIVOS DE ANÚNCIOS

07



Como criar anúncios mais atraentes

Os criativos de anúncios (títulos, descrições e elementos visuais) são fundamentais para atrair a atenção dos espectadores e motivá-los a interagir com seu conteúdo.

Siga estas práticas recomendadas para criar anúncios eficientes:

Elabore títulos chamativos

Escreva títulos concisos, informativos e chamativos. Comunique com clareza a proposta de valor do seu vídeo para incentivar os espectadores a clicar nele.

Escreva descrições persuasivas

Use a descrição para contextualizar seu vídeo e destacar os pontos principais. Inclua palavras-chave relevantes para melhorar o potencial de pesquisa e incentivar os espectadores a assistir o vídeo.



5 dicas essenciais para cultivar plantas saudáveis dentro de casa 🌱

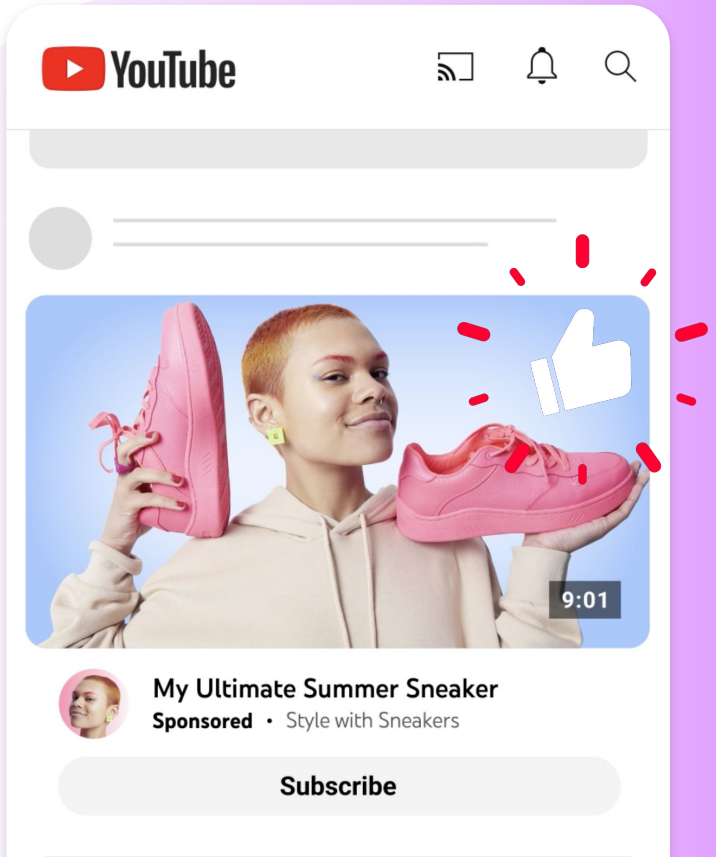
Quer plantas saudáveis e cheias de vida dentro de casa? Neste vídeo, vou te mostrar minha rotina de cuidados!

Patrocinado · Houseplant Obsessed

Recursos visuais que chamam a atenção

As miniaturas dos vídeos que você decidir promover serão iguais às da exibição orgânica.

Para os vídeos promovidos,
capriche ainda mais nas miniaturas,
porque elas são o que a maioria dos espectadores verá.



História de sucesso: The Beaten Trail

Automóveis | Criador em ascensão

Metas:

Crescimento do público

Visualizações de vídeos

Resultados:

+ de 25 mil novos inscritos no canal

3x mais receita

Os desbravadores off-road do canal The Beaten Trail queriam ampliar o alcance no YouTube e aumentar os inscritos, as visualizações e a receita. Eles começaram a testar o recurso Promover porque é fácil e simples de configurar. Com foco nas metas de crescimento do público, eles promoveram de forma estratégica vídeos que já tinham um bom desempenho orgânico e usaram miniaturas e elementos narrativos para chamar a atenção do público desejado.



"**O recurso Promover teve um impacto enorme no meu canal,** no valor que eu recebo e nas pessoas que chegam ao meu conteúdo, sem abrir mão de um ótimo crescimento orgânico."

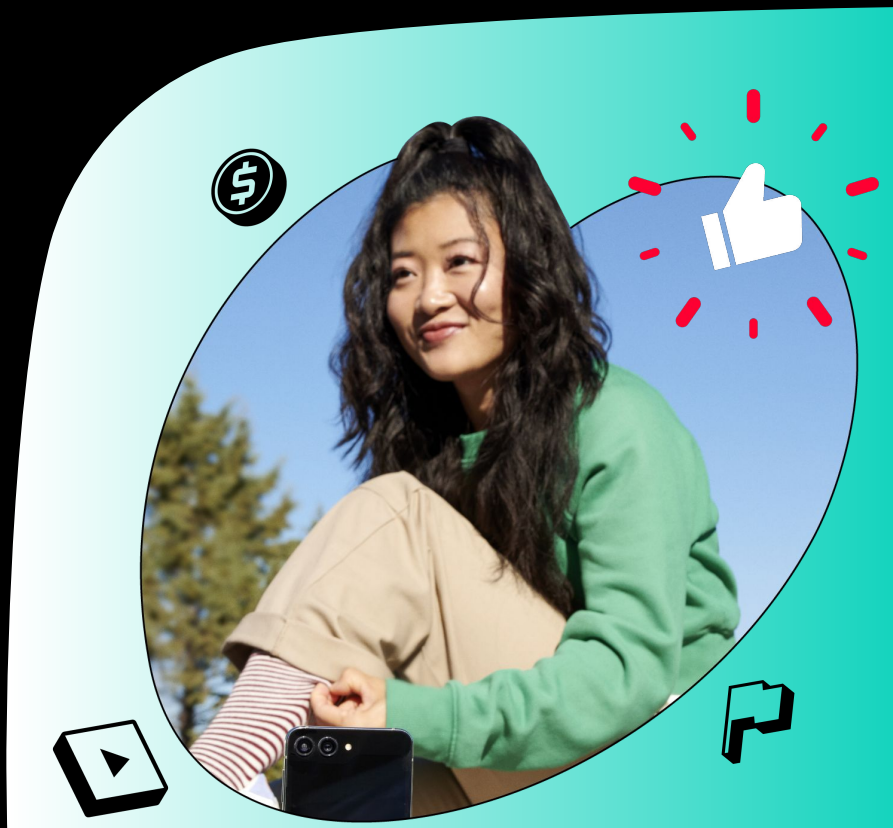
Michael Herrmann
Criador do canal The Beaten Trail

YouTube

Bilhões de pessoas* chegam ao YouTube para encontrar um novo vídeo, criador ou comunidade que seja a cara delas.

Seja mais fácil de encontrar.

Comece a usar o Promover hoje



*Aviso: o YouTube tem bilhões de usuários logados mensalmente
Fonte: dados internos globais, julho de 2022

Perguntas frequentes

Perguntas frequentes

Como faço para receber suporte?

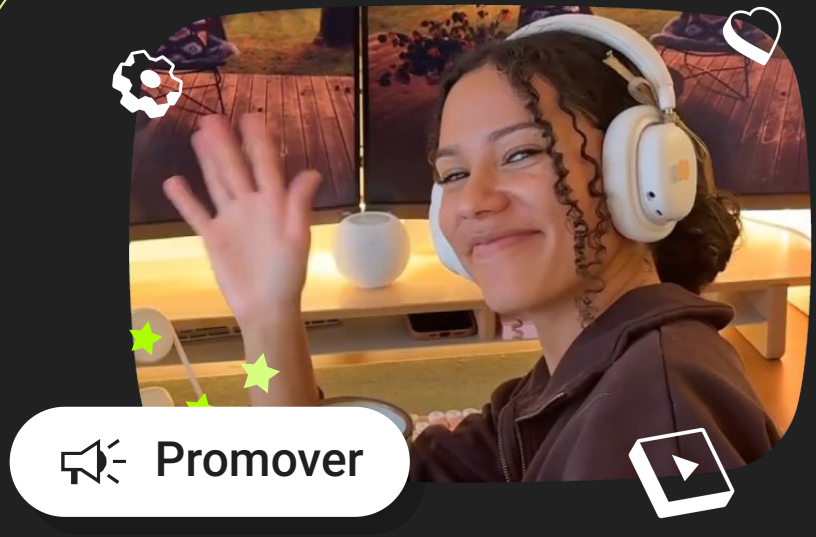
Para resolver problemas no fluxo de criação do Studio, entre em contato com nossa Equipe de Suporte ao Criador de Conteúdo*. Para todas as outras questões, inclusive faturamento e veiculação de campanhas, entre em contato com a Equipe de Suporte do Google Ads.

O recurso Promover prejudica o alcance orgânico dos meus vídeos?

Não. Usar o Promover para anunciar seus vídeos NÃO afeta negativamente o alcance orgânico do seu canal. O sistema de recomendação e o sistema de publicidade do YouTube são separados e não interagem entre si.

O alcance orgânico é determinado pela forma como os espectadores interagem com seus vídeos quando eles são recomendados na página inicial, nos resultados da Pesquisa ou como um vídeo sugerido. O sistema de recomendação se concentra em veicular o vídeo certo para o espectador certo com base no histórico de exibição e no engajamento dele.

Essa ferramenta de publicidade serve para complementar o crescimento orgânico. O objetivo de usar o recurso Promover na publicidade é mostrar seu vídeo para um público-alvo com base nas configurações de campanha escolhidas (por exemplo, dados demográficos, orçamento).



*__Observação__: o Suporte para Criadores só está disponível para quem participa do Programa de Parcerias do YouTube.

Perguntas frequentes

As visualizações e inscrições geradas pelo recurso Promover são legítimas?

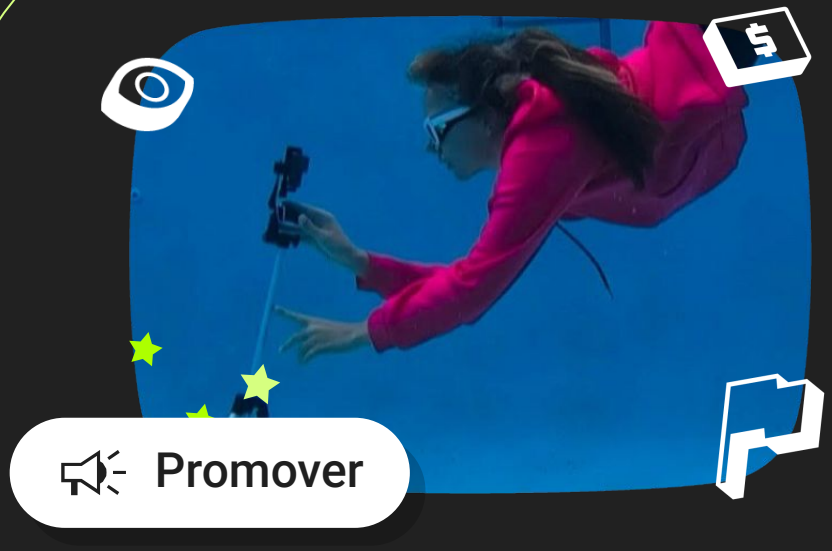
Sim, todas as visualizações e inscritos que você ganha com uma campanha de promoção são legítimos.

Quando você veicula uma promoção, seu vídeo é mostrado como um anúncio para usuários reais do YouTube. Esses espectadores optam por assistir seu anúncio e podem se inscrever no seu canal diretamente por ele. Eles não são bots, mas sim membros reais da comunidade do YouTube que você alcançou com a publicidade. Uma promoção pode ser a primeira etapa no relacionamento entre os espectadores e seu canal. E, se seu conteúdo continuar fazendo sentido para eles, existem muitas maneiras de manter esse engajamento ativo.

Vale lembrar que, quando avaliamos a entrada no Programa de Parcerias do YouTube, contamos apenas inscritos orgânicos para manter a competição justa entre quem quer participar.

Por que minhas promoções são executadas em horários pouco comuns ou apenas em alguns países?

Para garantir a consistência do desempenho da campanha, ela pode ser veiculada em vários locais e em diferentes horários para otimizar a segmentação.



Perguntas frequentes

Como as promoções de vídeo são direcionadas aos espectadores certos?

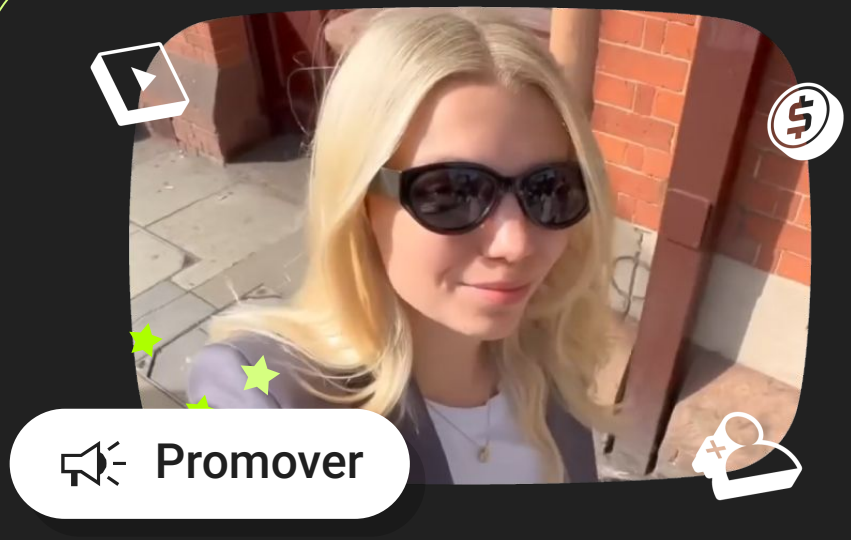
Usamos vários indicadores do seu conteúdo e de espectadores em potencial para criar a conexão ideal.

Qual é a diferença entre o recurso Promover do YouTube Studio e os Engajamentos do YouTube no Google Ads?

A meta Crescimento do Público do recurso Promover e os Engajamentos do YouTube no Google Ads que otimizam as inscrições no canal são o mesmo produto. O Promover tem uma interface de usuário mais fácil, que simplifica o lançamento de campanhas. Portanto, se você quer uma experiência mais intuitiva e descomplicada, escolha o Promover. Mas se precisa de relatórios avançados e configurações de campanhas mais precisas, os Engajamentos do YouTube são a melhor escolha.

Os inscritos e o tempo de exibição dos anúncios contam para minhas metas do Programa de Parcerias do YouTube?

Não. Os requisitos do Programa de Parcerias são baseados em inscritos e tempo de exibição orgânicos.

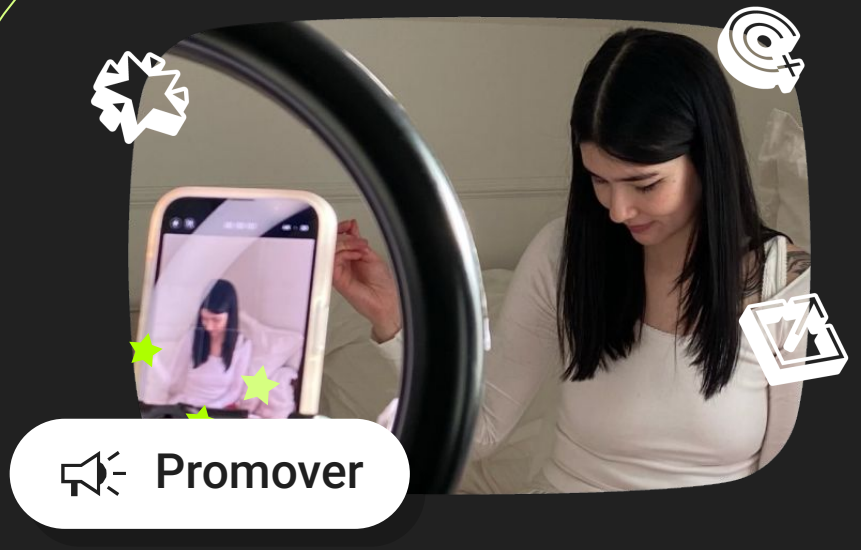


Perguntas frequentes

Se os inscritos e o tempo de exibição não contam para as exigências do Programa de Parcerias do YouTube, por que devo pagar para promover meu canal?

Os inscritos que você ganha com anúncios não contam para o Programa, mas as visualizações, comentários e engajamento geral fortalecem seu canal e aumentam as chances de atrair novos inscritos e parcerias com marcas. Alguns criadores veiculam promoções para aumentar vendas de afiliados ou tráfego em sites. Outros vendem seus próprios produtos ou serviços. Claro que inscritos são muito importantes, mas só o fato de alcançar um grande público no YouTube já pode trazer grandes benefícios.

O recurso Promover é um produto de publicidade feito para complementar o crescimento orgânico do seu canal. Ele ajuda a encontrar novos públicos e te dá mais controle sobre quem vê e interage com seu conteúdo. Os inscritos, as visualizações e o engajamento geral gerados com o Promover ajudam a consolidar seu canal e atrair novos públicos e negócios.



Perguntas frequentes

O que devo fazer se minha campanha ou conta for suspensa?

Todas as campanhas do recurso Promover precisam seguir as políticas de publicidade e as diretrizes da comunidade do YouTube. Caso contrário, seus anúncios podem ser reprovados e, em casos mais graves, sua conta de anúncios pode ser suspensa.

Se você acha que houve um erro, entre em contato clicando em uma de suas promoções e acessando "Suporte às Promoções".

