

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

**Oferta e demanda como fatores-chave
do YouTube**
Lutz Lobo

SUMÁRIO

03	Introdução Time: 00'01
04	Oferta x Demanda Time: 01'10
05	Como identificar um conteúdo com demanda? Time: 04'34

00'01"

INTRODUÇÃO

O que prediz impressões? Quais fatores predizem que seu vídeo será recomendado ou não? Bom, de antemão, quero dizer que, **nem sempre, você saberá, exatamente, o que postar para “fazer dar certo”**.

Na verdade, o que existe é seguir uma série de processos e comportamentos (que, inclusive, você verá neste e nos próximos materiais), para aumentar as suas chances de viralização.

É sempre uma questão probabilística, e nunca a certeza absoluta, 100%, de que vamos conseguir fazer de um jeito e de uma forma que, sem dúvidas, dará certo. Existem muitos vídeos competindo entre si, e não tem, realmente, como sabermos o que está acontecendo o tempo todo nesse meio.

Mas, como eu disse agora há pouco e repito: **seguindo uma série de comportamentos, conseguiremos aumentar as nossas chances** e, com o tempo, você perceberá, de maneira cada vez mais clara, o que faz o seu vídeo ser recomendado ou não no YouTube.

Pronto (a) para continuar essa jornada?

Então, vamos nessa!

01'10"

OFERTA x DEMANDA

Um conceito muito importante a ser entendido, desde já, é o princípio da **oferta versus demanda**, e o que isso quer dizer? Significa que ter uma *thumbnail*, um título, uma chamada interessante é muito relevante, sim, mas, **se o seu assunto ou a sua ideia não apresentarem demanda suficiente, esse vídeo nunca será recomendado.**

Assim, uma das primeiras questões que precisamos trabalhar é que **não importa quanto tempo você passa produzindo o seu vídeo da melhor maneira possível, se a sua ideia não possuir demanda, não tem jeito!**

E o que é uma **ideia com demanda**? Basicamente, **é quando os algoritmos (várias pessoas) estão receptivos a determinado conteúdo.** E existem formas de identificar os conteúdos mais relevantes, mas você precisa entender que, com o tempo, essas coisas vão mudando.

A título de exemplo, em 2016, lançou um jogo chamado Pokémon Go, e esse jogo, na época, fez muito sucesso; consequentemente, surgiram muitos canais no YouTube falando sobre ele, porque, obviamente, desencadeou muita demanda. A questão é que a oferta e a demanda oscilam, e a popularidade do jogo foi diminuindo (junto com a demanda) - e os canais que focalizaram somente no jogo, caíram.

A forma mais fácil de prever esse tipo de situação que exemplifiquei é desenvolvendo conteúdo em inglês, porque quase tudo que acontece internacionalmente, depois de um ou dois anos, vem para o Brasil, então, **quando passamos a treinar o nosso algoritmo para nos entregar conteúdo gringo, basicamente, estamos tendo uma visão do futuro.**

E é isso que você precisa ter em mente: **se quiser ter sucesso no YouTube, precisa desenvolver a capacidade de prever o comportamento das pessoas.**

04'34"

COMO IDENTIFICAR UM CONTEÚDO COM DEMANDA?

Como identificar, na prática, uma ideia, um tema que tenha demanda? Para fazer isso, crie uma conta no YouTube somente para treinar o algoritmo da plataforma em conteúdos específicos.

E por que criar uma conta nova? Não porque o YouTube recomenda canais novos ou qualquer uma dessas sandices que o pessoal proclama, mas **para treinarmos o algoritmo específico da forma que quisermos.**

É importante que você entenda que, primeiro: **é necessário treinar o algoritmo em um conteúdo que tenha a ver com o seu**, seja em temas, assuntos ou até formato; e segundo: **treinar o algoritmo para entregar conteúdos gringos** (pelos motivos que expliquei na seção anterior).

Pensando nisso, separei algumas **dicas/instruções para treinar o seu algoritmo** da melhor maneira e potencializar suas chances de recomendação no YouTube:

- **Crie uma conta nova** somente para a identificação de conteúdos relevantes;
- **Procure por temas os quais você se interesse** em produzir para o seu canal;

- **Abra alguns vídeos e deixe rodando** por uns 15/20 minutos, depois feche-os;
- **Volte para a “Home”** (página inicial do YouTube) e, automaticamente, a plataforma já lhe recomendará conteúdos baseados naquilo que você pesquisou (e consumiu) anteriormente;
- **Crie uma playlist e vá salvando os vídeos/canais** que ofereçam *insights* para você.

Informação importante: O **vídeo perfeito**, que você precisa encontrar na sua home, **é:** um vídeo postado a pouco tempo, com muito mais *views* do que a média do canal, canal novo e com poucos vídeos postados.

“Lutz, é certeza que, se eu me inspirar em um conteúdo de um vídeo gringo, dentro dessas recomendações, eu vou conseguir viralizar?”

Não, não é certeza, mas as chances são muito maiores, e é justamente assim que identificamos uma ideia com demanda no YouTube. Identificamos os vídeos mais recentes, que pegaram muitas *views*, em canais novos - ou se for um canal mais famoso, um vídeo com *views* muito acima da média deste canal.

Eu diria que esse conceito de oferta e demanda é o que vai te salvar de ter um vídeo “flopado”.

O mundo ideal é apresentar um conteúdo que tenha muita demanda e pouca oferta, e que você domine aquilo ali; e a melhor forma de fugir dessa “engrenagem” é **ser e criar o conteúdo mais único possível**, porque existirá muito menos competição e as chances de dar certo serão muito maiores.

Então, este material de oferta versus demanda é, sobretudo, para entender as estratégias necessárias para produzir conteúdos que sejam de qualidade, sim, mas que, igualmente, possam suprir uma demanda de consumo na plataforma.

Internalize isso: **quando um vídeo não dá certo é devido à insuficiência de demanda ou à demanda já suprida/saturada, ponto final.** Se o seu vídeo não está sendo recomendado, é por causa disso.

Obviamente, em alguns casos, é porque você tem um microfone ruim, uma didática ruim, mas **essas coisas importam muito menos do que as pessoas acreditam que importam**; ainda assim, estes são aspectos que vão minando a viralização e a permanência das pessoas no seu vídeo.

No PDF seguinte, nos aprofundaremos um pouquinho mais em formatos de conteúdos, em como escolher um canal para se inspirar e, então, começar a construir os fundamentos para, assim, falar um pouco mais sobre processos, e compreender, na prática, como fazer um vídeo viral no YouTube, tá bom?

Espero que todas as informações passadas até aqui estejam sendo proveitosas para os seus estudos!

Nos vemos logo mais. Até breve!

