

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

**Postei e agora: métricas para analisar
no YouTube**
Lutz Lobo

SUMÁRIO

03

Introdução
Time: 00'01

03

**YouTube Studio e a
análise de métricas**
Time: 01'15

00'01"

INTRODUÇÃO

Já passamos por todas as alavancas de atenção, produzimos o nosso vídeo, postamos e vamos imaginar que ele “flopou”. O que fazer com essa informação? **Como saber quais métricas analisar**, o que importa ou não, **para poder melhorar os próximos vídeos e, às vezes, até salvar um vídeo que não foi bem?**

É exatamente sobre isso que falaremos aqui neste material: **como utilizar a análise de métricas para aperfeiçoar as suas produções e aumentar, ainda mais, as suas chances de viralização na plataforma YouTube.**

Como já está familiarizado, trarei exemplos de como realizar essa tarefa, e não deixe de colocar em prática tudo que eu te ensinar aqui!

Vamos lá!

01'15"

YOUTUBE STUDIO E A ANÁLISE DE MÉTRICAS

Quando abrimos um vídeo no YouTube Studio, uma das primeiras métricas que precisamos observar é a **métrica de alcance (aba “reach”)**. Nessa métrica, você conseguirá encontrar a **quantidade de impressões que o vídeo teve (quantas vezes o seu vídeo foi recomendado) e quantos cliques você adquiriu a partir dessas impressões.**

“Lutz, mas existe alguma métrica que eu posso usar para identificar o porquê do meu vídeo ter se saído mal, além das visualizações?”

Não, e **uma das maiores armadilhas do YouTube é a obsessão por métricas**, porque, apesar de serem dados interessantes, é uma métrica que só diz respeito ao seu vídeo, não em relação/comparação a outros vídeos; **essa é a grande questão**.

Se conseguíssemos analisar o nosso vídeo em comparação a outros, seria maravilhoso, mas o YouTube Studio não oferece essa oportunidade, então, na verdade, **a única coisa que importa dentro do YouTube são as views**.

Se o vídeo recebeu muitas views é um bom sinal; se recebeu poucas, é um mau sinal. E o que você precisa analisar e que, geralmente, é a solução/resposta para todos os problemas, todos os casos?

Normalmente, 90% das vezes, o que faz um vídeo se sair mal é um erro na hora de analisar a oferta e a demanda daquele conteúdo. Vamos imaginar que você ficou um tempo estudando qual vídeo iria produzir, viu um vídeo que deu certo no exterior e entendeu que este tema estava oferecendo muita demanda, fez o vídeo e ele “flopou”; e aí, como explicar isso?

Provavelmente, o vídeo que fez sucesso lá fora, já fez sucesso aqui no Brasil também, ou seja, já é considerado uma demanda suprida, e é por esse motivo que **você precisa analisar os dois cenários (tanto no Brasil quanto fora dele)**.

Fora isso, outras métricas que você pode analisar e que indicarão algum equívoco que você possa estar cometendo é **se o vídeo está sendo recomendado na página home do YouTube (Browse features) e em vídeos sugeridos (Suggested videos)**, quando abrimos um outro vídeo na plataforma.

Uma métrica que gosto de analisar são **os conteúdos que sugerem o nosso conteúdo**, ou seja, você consegue encontrar vídeos que estão

sugerindo o seu conteúdo, ver quais são seus concorrentes, quais vídeos deram certo e que pode reproduzir ou tentar fazer melhor - **nem sempre aparecerá essa opção**, porque é algo que “buga” bastante no YouTube Studio, **mas é bem interessante de se analisar**.

Na aba de **engajamento**, você pode verificar quais partes do vídeo apresentam os maiores picos de retenção e, às vezes, você consegue identificar, na curva do gráfico, quando há uma queda muito brusca, aspectos que você precisa melhorar.

Na aba de **público**, você consegue observar a idade e o gênero das pessoas que assistem ao seu vídeo, mas, tirando isso, não apresenta mais nada de tão relevante que mereça ser analisado.

Basicamente, essas são as métricas do YouTube; só tome cuidado para não ficar obcecado por cada uma delas, tentando utilizá-las de qualquer maneira. **A única coisa que você precisa se preocupar é com a quantidade de views que o seu vídeo está alcançando.**

Analisando a métrica de retenção você nunca descobrirá nada sobre o seu vídeo ou sobre o que você pode criar de diferente para ter sucesso. **O segredo está SEMPRE nas visualizações!**

Te espero no próximo PDF e até breve!

