

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

**Embalagens: como criar boas
thumbnails?**

Lutz Lobo

SUMÁRIO

03

Introdução

Time: 00'01

03

**Como criar boas
thumbnails para seus
vídeos no YouTube?**

Time: 01'27

00'01"

INTRODUÇÃO

Começaremos, agora, a abordar as **thumbnails**, uma das partes, senão a parte, que eu mais gosto, relacionada à produção de conteúdo no YouTube, e, junto da ideia/assunto, uma das etapas mais importantes desse sistema, porque é o primeiro ponto de contato que as pessoas têm com o seu vídeo.

A primeira coisa que o usuário bate o olho não é no título, nem no próprio assunto em si, mas na thumbnail, e, com o tempo, foram sendo criadas várias concepções erradas sobre o que realmente importa em uma; o meu objetivo, neste material, é **desmistificar tudo isso e trabalhar, junto com você, aquilo que realmente funciona** e é interessante para a sua produção.

Sem mais delongas, me acompanhe em mais esse trecho da nossa jornada!

01'27"

COMO CRIAR BOAS THUMBNAILS PARA SEUS VÍDEOS NO YOUTUBE?

Uma *thumbnail* boa não é, necessariamente, uma *thumbnail* com cores chamativas, e por que? **A partir do momento em que todo mundo começa a fazer thumbnails coloridas e chamativas, aquilo que é chamativo não se torna mais chamativo**, porque todo mundo está replicando o mesmo estilo, então, não existe mais o que é diferente, porque já está tudo igual!

Isso pode mudar com o tempo, é claro, mas, **hoje em dia**, no momento em que estou escrevendo este material, **uma *thumbnail* criativa é uma com poucos elementos e poucas cores, porque o que, hoje, chama atenção, em um mar de *thumbnails* coloridas, é uma que caminha para o lado contrário**, ou seja, uma que, em comparação com outros vídeos, se destacará.

Outro aspecto bastante importante, e que as pessoas costumam “pecar” bastante, é sobre quantos elementos uma boa *thumbnail* possui. **Uma boa *thumb* não entrega, necessariamente, tudo sobre o seu vídeo, mas ela traz alguns elementos-chave, principais**, sem ultrapassar o limite de dois ou três.

Você não precisa de muito para fazer uma boa *thumbnail*, **você precisa de uma imagem que transmita, da melhor maneira possível, a emoção e o objetivo do vídeo para o público.**

Em geral, não existe regra no YouTube, porque você pode dar certo, literalmente, fazendo qualquer coisa, mas **é interessante entender onde você não pode errar: ter uma *thumbnail* que exige muito tempo para interpretação e só achar que uma *thumbnail* chamativa é suficiente para uma pessoa clicar no seu vídeo!**

É muito mais sobre não errar, não ficar forçando a saturação da sua imagem para chamar mais atenção - porque isso não vai mudar em nada -, do que fazer isso ou fazer aquilo para, com certeza, funcionar.

Uma das regras que eu gosto de utilizar - apesar de dizer que não existem regras - e que faz muita diferença na hora de produzir uma *thumb* - é a **Regra dos 2 segundos**. E como essa regra funciona?

No YouTube, principalmente no celular e na televisão, quando você passa o dedo no seu feed e para a sua tela em algum vídeo, em menos de dois segundos a *thumbnail* sai e começa a dar play naquele vídeo.

Isso significa que você tem 2 segundos para impactar aquele telespectador com a sua *thumbnail* e chamar atenção de alguma forma. Isso também envolve a importância dos primeiros 5% do vídeo, que eu falei nos materiais anteriores, e mostra que a nossa *thumb* precisa ser muito fácil de entender.

Quando eu vejo a *thumbnail* de algum aluno ou mentorado meu que exige 5 ou 7 segundos para entender do que se trata, aquilo já é um sinal para refazer ou buscar outra ideia de vídeo, porque **quando não conseguimos pensar em um *thumbnail* ou em um título bom para um vídeo**, ou seja, uma embalagem boa, **às vezes, não vale a pena desperdiçarmos nossa energia produzindo aquilo.**

Mesmo que o vídeo seja maravilhoso e a ideia seja boa, se não pensarmos em uma embalagem boa, que transmita emoção, e em um título que seja interessante, gastaremos muita energia em um vídeo que, talvez, “flope” por causa da embalagem.

O que eu faço, e que a maioria dos grandes players do YouTube também fazem, é pensar na *thumbnail* e no título antes mesmo de chegar na fase de gravação, e quando travamos nesta etapa de criação da embalagem, aquela ideia é colocada em *standby* e focamos em outra que consigamos pensar em uma ideia, *thumb* e título.

Outra coisa importante, nesta Regra dos 2 segundos, é entender que, em 2 segundos, ninguém toma uma decisão baseada em razão, então, **você não pode ter uma *thumbnail* lógica, ou seja, uma que o público precise bater o olho e pensar demais para poder compreender.**

Eu sei que parece uma enxurrada de informações, mas, na verdade, é tudo muito simples, já que não se trata de “inventar a roda”, mas **mostrar a sua originalidade aliada àquilo que já funciona lá fora e, também, aqui no Brasil.**

Para ajudar no seu processo de desenvolvimento da *thumbnail*, separei **uma lista** com várias inspirações interessantes e que eu espero que te ofereçam os melhores *insights*; lembre sempre que **não é sobre ser chamativo, é sobre se destacar na multidão!**

Te espero no próximo PDF, para discutirmos como reter a sua audiência em suas produções audiovisuais e, conseqüentemente, fidelizá-la ao seu conteúdo.

Continue sua jornada de estudos na plataforma e até breve!

