

Bài học: Tạo nội dung thân thiện với nhà quảng cáo

Ads Friendly Guidelines - Barbara's Take



Nếu bạn muốn kiếm tiền từ quảng cáo trên YouTube, thì điều quan trọng là bạn phải hiểu các chính sách quảng cáo của YouTube và cách nhà quảng cáo chọn nơi hiển thị quảng cáo của họ.

Người sáng tạo, người xem và nhà quảng cáo trên YouTube

YouTube là một nền tảng có nhiều cộng đồng và cũng là một hệ sinh thái phục vụ người sáng tạo, người xem và nhà quảng cáo. Bạn có thể xây dựng đối tượng khán giả riêng mà chưa từng bật tính năng kiếm tiền hoặc xem qua [Nguyên tắc nội dung thân thiện với nhà quảng cáo](#) của chúng tôi. Nhưng nếu bạn muốn kiếm tiền từ quảng cáo, thì điều quan trọng là bạn phải tạo dựng thành công bằng cách hiểu các chính sách quảng cáo của YouTube và cách nhà quảng cáo chọn nơi hiển thị quảng cáo của họ trên YouTube. Mỗi thương hiệu mỗi khác và một số thương hiệu có quan điểm khác nhau về loại nội dung mà họ cảm thấy thoải mái khi xuất hiện cùng. Khi hiểu suy nghĩ của nhà quảng cáo về những vấn đề này, bạn có thể đưa ra quyết định sáng suốt cho nội dung của mình và mức độ (nếu có) bạn muốn cân nhắc khi tạo nội dung.


○ Điều gì quan trọng với nhà quảng cáo?


Nhà quảng cáo muốn tiếp cận khán giả phù hợp nhưng họ cũng quan tâm đến cách tiếp cận đối tượng khán giả đó và nơi hiển thị quảng cáo của họ. Họ sử dụng các chủ đề, các từ khóa cụ thể và yếu tố nhân khẩu học của khán giả, cùng nhiều yếu tố khác, để quyết định nơi đặt quảng cáo. YouTube giúp họ xác định vị trí phù hợp để hiển thị quảng cáo bằng cách xem xét nội dung, hình thu nhỏ và siêu dữ liệu của video (tiêu đề, mô tả và thẻ).

○ Bạn có thể kiếm tiền từ nội dung nào?

YouTube có nguyên tắc thân thiện với nhà quảng cáo đề cập đến các chủ đề liên quan đến bạo lực, nội dung mang tính thù địch và ngôn từ tục tĩu cùng nhiều chủ đề khác mà các kênh muốn kiếm tiền phải tuân thủ. **Hãy xem [bài viết này trong Trung tâm trợ giúp](#)** để biết thêm thông tin chi tiết về nội dung có thể không phù hợp với các thương hiệu. Lưu ý: Video có thể bị từ chối kiếm tiền tùy thuộc bản chất của video đó.

Khi tải video mà bạn muốn kiếm tiền lên, bạn phải đánh dấu vào một hộp kiểm để xác nhận rằng video tuân thủ nguyên tắc thân thiện với nhà quảng cáo. Nếu muốn tải lên nội dung không tuân thủ nguyên tắc này, bạn nên tắt quảng cáo trên từng video. Tùy chọn này cho phép bạn chọn không tham gia kiếm tiền từ bất kỳ video nào không thân thiện với nhà quảng cáo trong khi vẫn tham gia Chương trình Đối tác YouTube.

Sau khi bạn tải video lên, các hệ thống tự động của YouTube sẽ đánh giá xem video đó có phù hợp để chạy quảng cáo không. Nếu chúng tôi nhận thấy video không phù hợp với tất cả các nhà quảng cáo, thì bạn sẽ nhìn thấy ký hiệu \$ màu vàng  bên cạnh video đó. Do đó, video có thể nhận quảng cáo hạn chế hoặc không có quảng cáo. (Thu nhập từ YouTube Red không bị ảnh hưởng.) Nếu cho rằng nội dung của mình phù hợp với tất cả các nhà quảng cáo, bạn có thể **[yêu cầu](#)** chúng tôi xem xét nội dung đó.

Nếu bạn nhìn thấy ký hiệu \$ có gạch ngang  bên cạnh video của mình, thì video đó có thể có thông báo xác nhận quyền sở hữu của bên thứ ba hoặc chúng tôi cho rằng video vi phạm chính sách kiếm tiền của chúng tôi. Những video này không được kiếm tiền (bao gồm cả việc kiếm tiền qua YouTube Red).

○ Làm thế nào để giúp nội dung của bạn kiếm tiền tốt hơn?

Nội dung

Ngay cả khi video được phê duyệt để kiếm tiền, thì một số nhà quảng cáo có thể chọn không hiển thị quảng cáo trên các loại nội dung cụ thể không phù hợp với thương hiệu của họ, đặc biệt là nội dung đề cập đến lĩnh vực chuyên môn gây tranh cãi hoặc thách thức. Ví dụ: nhà quảng cáo thường chọn loại trừ các loại nội dung sau đây khỏi chiến dịch của họ:

- **Các vấn đề xã hội nhạy cảm:** Phân biệt đối xử và các mối quan hệ về bản sắc, các vụ bê bối và điều tra, quyền sinh sản, súng và vũ khí và nhiều vấn đề khác.
- **Thảm kịch và xung đột:** Cáo phó, dịch vụ mai táng, bạo lực, chiến tranh, mất tích và các vấn đề khác.
- **Nhạy cảm và gây sốc:** Nội dung tạo ra giá trị gây sốc, bao gồm nội dung giết gân, thô bạo và thô tục.

Một số nhà quảng cáo cũng có thể chọn tránh nội dung có:

- **Ngôn từ tục tĩu và thô lỗ:** Sử dụng vừa phải hoặc sử dụng quá nhiều ngôn từ tục tĩu và lời nguyền rủa.
- **Nội dung kêu gọi tình dục:** Hình ảnh, văn bản kêu gọi, v.v.

Nếu bạn muốn tối đa hóa khả năng thu hút nhiều nhà quảng cáo, hãy cân nhắc các yếu tố sau đây:

- **Sử dụng ngôn từ tục tĩu ở mức tối thiểu** - Cân nhắc hạn chế hoặc thay thế ngôn từ tục tĩu.
- **Xem xét sự hòa trộn nội dung của bạn** - Cân bằng các video đề cập đến chủ đề người lớn nhiều hơn với các video có thể tập trung vào các chủ đề thu hút rộng rãi hơn.
- **Đặt mình vào vị trí của nhà quảng cáo** - Hãy nghĩ xem kiểu nhà quảng cáo nào sẽ thấy thoải mái khi xuất hiện cùng nội dung của bạn.



Hình thu nhỏ

Hình thu nhỏ phải thể hiện chính xác nội dung và thu hút người xem tiềm năng, nhưng bạn cũng có thể muốn nghĩ về hình thu nhỏ trong bối cảnh nhiều thương hiệu sẽ cảm

thấy thoải mái khi xuất hiện bên cạnh chúng. Chẳng hạn, hình thu nhỏ gây sốc hoặc quá đẫm máu cũng có thể khiến một số nhà quảng cáo loại trừ nội dung đó khỏi chiến dịch cụ thể.

Để đảm bảo nhà quảng cáo cảm thấy thoải mái với hình thu nhỏ của bạn:

- **Chọn một hình thu nhỏ chính xác** - Hình thu nhỏ trước hết phải là mô tả chính xác về nội dung trong video của bạn
- **Tránh hình thu nhỏ kêu gọi tình dục, đẫm máu hoặc gây sốc** - Hình thu nhỏ gây sốc, đẫm máu hoặc kêu gọi tình dục - ngay cả khi chính video không như vậy - có thể khiến một số thương hiệu nhất định chọn không quảng cáo dựa trên video cụ thể đó.
- **Thu hút khán giả trên diện rộng** - Chọn một hình thu nhỏ mà bạn cho rằng phản ánh chính xác video nhưng vẫn thu hút nhiều khán giả nhất. Nếu như vậy, hình thu nhỏ cũng có thể thu hút một nhóm thương hiệu rộng.

	
Ví dụ: Đẫm máu	Ví dụ: Gây sốc

Siêu dữ liệu: tiêu đề, mô tả và thẻ

Nhà quảng cáo có thể chọn nhắm mục tiêu đến những video chứa cụm từ và từ khóa cụ thể trong tiêu đề, mô tả hoặc thẻ của video để tiếp cận khán giả mà họ coi trọng.

Nhà quảng cáo cũng có thể sử dụng cụm từ và từ khóa để từ chối nội dung không phù hợp với thương hiệu của họ. Ví dụ: video chứa ngôn từ tục tĩu, gây tranh cãi hoặc kêu gọi tình dục (ngay cả khi chúng đang được sử dụng trong ngữ cảnh hài kịch, châm biếm hay không xúc phạm) có thể khiến một số nhà quảng cáo loại trừ video của bạn khỏi chiến dịch của họ. Đôi khi, nhà quảng cáo cũng từ chối các từ khóa không gây tranh cãi nhưng theo họ là không phù hợp với thương hiệu hoặc mục tiêu

chiến dịch quảng cáo của họ.

Các mẹo để đảm bảo nhà quảng cáo cảm thấy thoải mái với siêu dữ liệu của bạn:

- **Tạo tiêu đề, thẻ và mô tả chính xác** - Quan trọng nhất, siêu dữ liệu phải mô tả chính xác nội dung của video
- **Mọi từ đều có giá trị** - Video chứa cụm từ tục tĩu, gây tranh cãi hay kêu gọi tình dục có thể khiến một số nhà quảng cáo loại trừ video của bạn khỏi chiến dịch của họ.
- **Từ ngữ có thể sử dụng ngoài ngữ cảnh** - Các nhà quảng cáo thường từ chối một số từ hoặc cụm từ nhất định - cân nhắc cách diễn giải tiêu đề, thẻ và mô tả của bạn.

Kết luận

Với tư cách là người sáng tạo trên YouTube, bạn phải luôn sử dụng quyền tự do ngôn luận của mình. Tuy nhiên, nếu muốn đảm bảo nội dung thu hút nhà quảng cáo, bạn phải lưu ý các phương pháp hay nhất ở trên và [Nguyên tắc nội dung thân thiện với nhà quảng cáo](#) của chúng tôi khi bạn tạo nội dung.

Thử

Nếu bạn đang cân nhắc kiếm tiền, hãy xem xét tiêu đề, hình thu nhỏ và siêu dữ liệu để đảm bảo chúng thể hiện chính xác video của bạn. Kiểm tra hình thu nhỏ, tiêu đề và siêu dữ liệu để xem có bất kỳ yếu tố nào có thể bị coi là gây sốc, đấm máu hay kêu gọi tình dục hoặc không phù hợp với [Nguyên tắc nội dung thân thiện với nhà quảng cáo của YouTube](#) hay không.

[Đăng nhập](#) để lưu câu trả lời của bạn.

Kiểm tra kiến thức của bạn:

Video, âm thanh hoặc hình ảnh đó có nội dung bạo lực hoặc phản cảm không?

<https://www.youtube.com/watch?v=a4FAu9Dd5p8>

Nerf FPS: First Person Shooter 4



- Không bạo lực hoặc chứa nội dung có cảnh bạo lực hay chấn thương ở mức độ nhẹ nhưng không có máu hoặc hình ảnh phản cảm.
- Cảnh bạo lực là một phần của trò chơi điện tử, video hài hoặc video nhạc.
- Có chứa nội dung mang tính giáo dục, lịch sử hoặc tư liệu liên quan đến chiến tranh và xung đột.
- Tập trung vào hình ảnh máu me, đẫm máu, bạo lực quá mức trong trò chơi video, cảnh bạo hành động vật hoặc phim hoạt hình. Hoạt động thể thao, tai nạn, trò đùa hoặc “việc làm thất bại” có hình ảnh thương tích nghiêm trọng. Xuất hiện máu trong các quy trình làm biến đổi cơ thể hoặc thủ thuật y tế.
- Xuất hiện nội dung phản cảm, bao gồm chấn thương nghiêm trọng, tử vong thật sự, gây hại cho trẻ vị thành niên và bạo hành động vật.



Đăng nhập trước tiên nếu bạn muốn lưu kết quả.

YouTube

Giới thiệu

Blog

Hàng hóa

Việc làm

YouTube Premium

Đối tác

Quảng cáo

Người sáng tạo

Nhà phát triển

Báo chí

Danh mục Google Preferred

Tài nguyên

Chính sách và An toàn

Bản quyền

Nguyên tắc về thương hiệu

Trợ giúp

Bảo mật

Kết nối

 YouTube

 Twitter

Tiếng Việt



© 2019 YouTube

[Điều khoản](#)