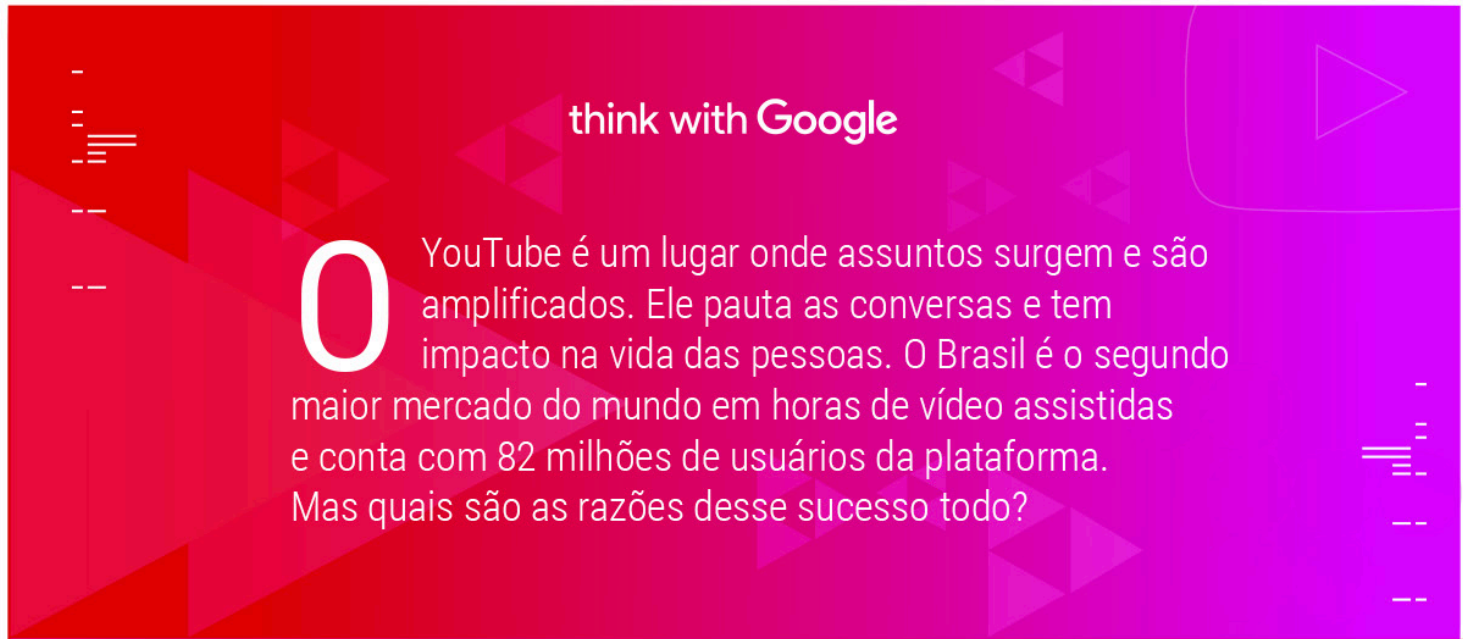


Brandcast 2016: Três razões por que sua marca não pode ficar fora do YouTube



Publicado
Novembro de 2016

É no YouTube onde as pessoas passam horas e horas mergulhando nos assuntos que elas gostam. De música à moda, de gastronomia a games. É uma audiência engajada, com poder de compra e que não consome conteúdo passivamente. No Brandcast 2016, apresentamos ao mercado três razões que mostram a importância do YouTube na construção de marca:

1 - INFLUÊNCIA: DANDO VOZ E MUDANDO O MUNDO

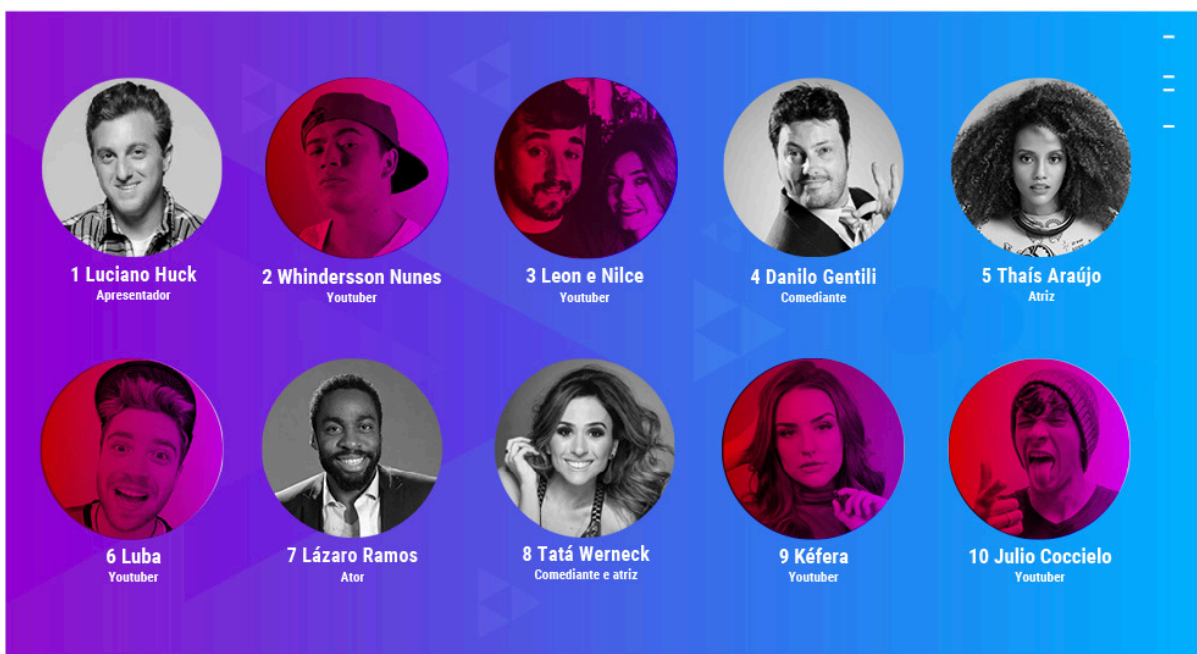
A influência do YouTube é uma força transformadora. O YouTube tem tido um papel fundamental nos movimentos sociais. Da Jout Jout convocando as mulheres a fazer um escândalo ao #OrgulhoDeSer, o YouTube dá voz a quem



“ O YouTube é um espaço de empoderamento. De representatividade. Um lugar onde podemos achar todas as possibilidades, toda a diversidade do que é ser mulher. ”

Jout Jout

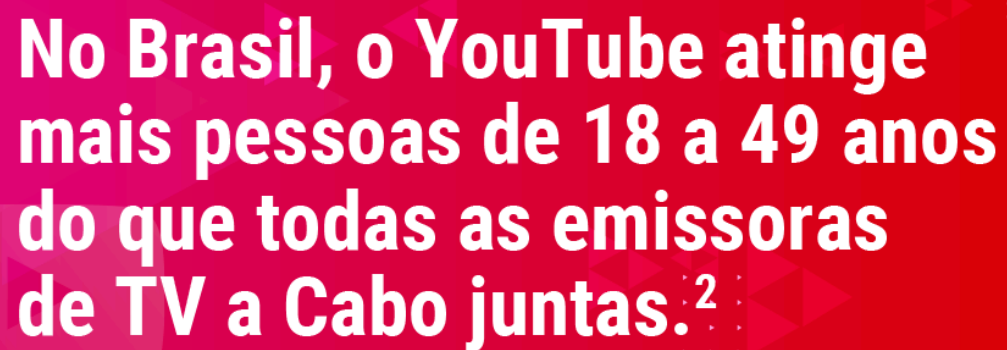
No ano passado, das dez celebridades mais influentes entre os jovens, 5 já eram criadores do YouTube. Isso continua sendo verdade em 2016, mas esse ano são dois criadores do YouTube entre as três primeiras posições¹.



A influência desse conteúdo transcende a plataforma. A Veja dedicou quase dez páginas aos YouTubers. A Capricho fez um álbum de figurinhas. A Sony criou um reality com eles. Eles também estão no teatro, no cinema, nas livrarias, são os autores mais concorridos da Bienal e estão consistentemente na lista dos livros mais vendidos.

2 - AUDIÊNCIA: TODO MUNDO ESTÁ AQUI.

A segunda razão é o comportamento da audiência. As pessoas vivem suas paixões no YouTube, consumindo ativamente os conteúdos que elas mais gostam. Sejam mães, gente apaixonada por cozinha, fitness ou gamers, no YouTube as afinidades são gigantescas. Coisas que seriam nichos na TV aqui são mainstream. Aliás, no Brasil o YouTube atinge mais pessoas de 18 a 49 anos do que todas as emissoras de TV a Cabo juntas.



No Brasil, o YouTube atinge mais pessoas de 18 a 49 anos do que todas as emissoras de TV a Cabo juntas.²

3 - RESULTADOS: MOVENDO O PONTEIRO

Ah, mas essa influência toda, gera vendas? Esse ano iniciamos uma parceria com a Nielsen e grandes anunciantes; para analisar a relação entre dois anos de dados de vendas e investimento de mídia total, on e off. Esses estudos mostraram, de forma consistente, que o YouTube traz um ROI 4 vezes maior que as outras mídias.

YouTube: ROI 4x maior que as outras mídias³

5.4x maior que
a TV aberta

2.2x maior
que a TV paga

2.3x vs redes
sociais

No ano passado, apresentamos ao mercado o Google Preferred, uma forma das marcas estarem no topo dessa onda de influência, do que é novo, do que é relevante na cultura. Com ele você pode garantir sua presença nos top 5% de canais do YouTube em cada vertical, ou seja, no conteúdo mais quente que a plataforma tem a oferecer.

“ O Google Preferred possibilita que a Unilever esteja presente no conteúdo mais premium do Youtube. Com ele nos tornamos líderes em Share of Voice na categoria Hair, e a campanha de TRESemmé no Google Preferred teve um aumento de 63% de Ad Recall. ”

Adriana Castro, Diretora de Marketing da Unilever

Audiência, influência e resultados. Três razões que transformam o YouTube em uma oportunidade incrível para as marcas. Não é à toa que alguns dos vídeos mais vistos do ano são anúncios.

E sua marca, vai ficar de fora?

FONTES

1 Video Viewers Google/provokers set 2016 - 1500 Entrevistas

2 Target Group Index Bry17w1 (ago 15-jan 16) V1.0 & Comscore Multi-platform - July 2016 / Internal YouTube Analytics, Brazil, 1st semester 2015 – 1st semester 2016

3 Google Media Mix Modeling Studies, Conducted by Nielsen Brazil for Google, 2016