

## YouTube Live - Sucesso on-line, ao vivo e em cores

Ago 2017 / [Video](#), [Bens de Consumo](#), [Varejo](#)

✉ [in](#) [t](#) [f](#) [G+](#)

*Eventos ao vivo são uma forma poderosa das marcas se conectarem com a audiência e ampliarem o alcance dos seus canais no YouTube. Neste artigo, destacamos algumas estratégias vencedoras associadas a soluções de transmissão ao vivo no YouTube, capazes de transformar quaisquer eventos em grandes sucessos.*

**A**s transmissões ao vivo transformaram o jeito de pensar a produção de conteúdo no YouTube, dando aos criadores uma nova forma de se engajar com os fãs e compartilhar experiências cada vez mais genuínas. Seja oferecendo acessos exclusivos a eventos, complementando o mix de formatos disponibilizados pelos canais, ou criando novos meios de interação direta com os fãs, os conteúdos ao vivo ganham um espaço cada vez mais nobre na programação de diversos canais.

Os números confirmam essa tendência. Usuários do YouTube passam um tempo 4X maior assistindo a conteúdos ao vivo do que assistindo a vídeos on demand. Canais que transmitem ao vivo, uma ou mais vezes na semana, têm alcançado um crescimento de 40% em novos inscritos e 70% no tempo de exibição do canal, comprovando o potencial das ferramentas ao vivo do YouTube como parte de uma estratégia de conteúdo de sucesso.



Entender como embarcar nessa tendência para alcançar seus objetivos é essencial. Por isso, separamos três estratégias de sucesso para ajudar você a aproveitar ao máximo o poder do YouTube Live.

#### Shows ao vivo: canais de música levam os fãs para dentro do palco

Grandes eventos trazem grandes desafios e incluir uma estratégia sólida de *live* em projetos de grande porte pode ampliar ainda mais o alcance e o impacto da sua mensagem. Para isso, não podem faltar planejamento e ativações, tanto da sua presença *on-line* quanto do seu canal no YouTube.

Para a edição de Goiânia do Villa Mix Festival 2017, um dos maiores festivais de música do país, a estratégia envolveu, pelo segundo ano, a transmissão ao vivo dos dois dias de evento diretamente no seu canal oficial no YouTube. O festival encontrou na plataforma a maneira ideal de atrair audiência incremental *on-line* em todo o Brasil ao mesmo tempo, transmitindo ao vivo 11 horas por dia, com direito a esquentar nas redes sociais.



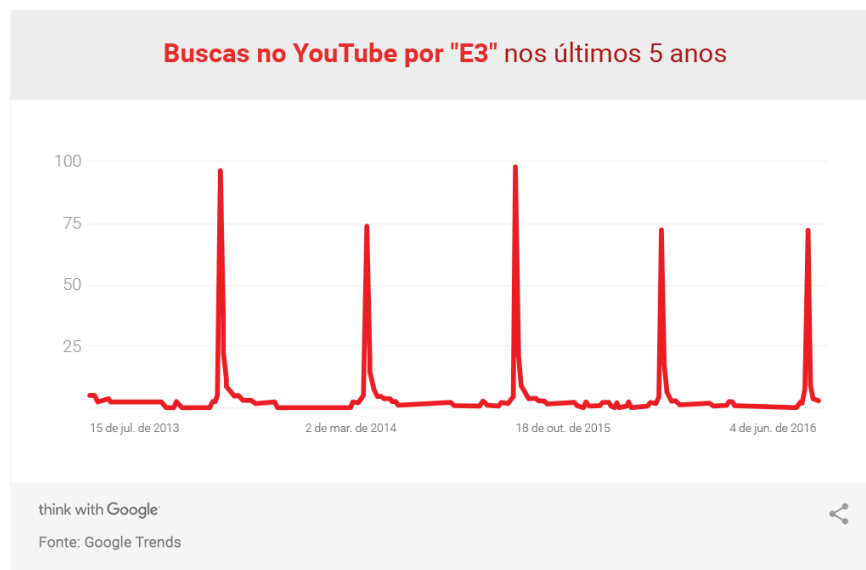
Somados, os dois dias de transmissão geraram mais de 200 mil mensagens no chat ao vivo e mais de 1,8 milhões de visualizações - com pico de 60 mil usuários simultâneos no segundo dia.



### Sazonalidades: conteúdos ao vivo em datas especiais

Acompanhar o calendário de eventos, feriados ou datas especiais é uma das principais estratégias adotadas pelos criadores de conteúdo para ampliar o alcance dos canais e tirar vantagem do aumento no volume de buscas específicas nessas datas. As transmissões ao vivo podem potencializar ainda mais a descoberta da sua marca pela audiência e o engajamento com sua mensagem. De olho nisso, alguns criadores já estão aproveitando essa oportunidade e fazendo coberturas de grandes eventos.

O Sidão do Game foi um deles. Sabendo do enorme interesse de seu público pelo E3 (Electronic Entertainment Expo), em 2017, ele resolveu cobrir ao vivo em seu canal do YouTube, esse que é o maior evento de games do mundo.



Fazendo as vezes de comentarista, Sidão compartilhou com os fãs suas opiniões e reações aos anúncios dos grandes fabricantes, obtendo um pico de 49 mil visualizações simultâneas. Após a transmissão ao vivo, ele publicou os vídeos no canal como conteúdos regulares para os usuários que não puderam acompanhar em tempo real.

O resultados surpreendem: de todas as visualizações acumuladas nos primeiros 28 dias, **57% ocorreram exclusivamente durante as 2 horas de transmissão**. Além disso, usuários que acompanharam ao vivo passaram mais tempo assistindo ao conteúdo, com **durações médias de visualização 37% maiores** que usuários que assistiram depois de encerrada a transmissão.



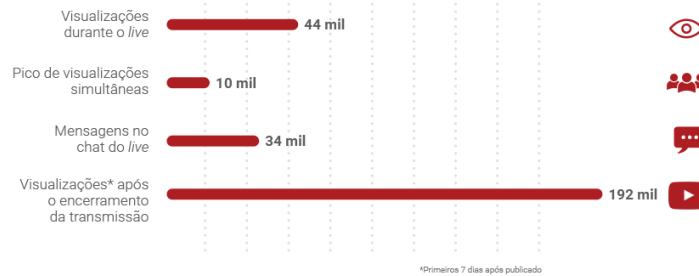
### Engajamento além do Like: compartilhar experiências ao vivo é mais legal

Transmissões ao vivo também ajudam a criar novas formas de expressão e a diversificar a oferta de formatos do canal. Imagine só compartilhar suas experiências em tempo real levando os seguidores com você na aventura. Bem, a Kim, do canal Kim RosaCuca abraçou essa ideia e publicou toda sua preparação para o Carnaval em Salvador, da arrumação das malas até a curtição de todos os dias da folia. Além de reduzir o trabalho na hora da concepção do conteúdo (roteiro, pesquisa de locação, gravação, edição), o *live* também ajudou a manter o canal ativo durante a viagem de Carnaval da criadora, mantendo a frequência de publicações inalterada.

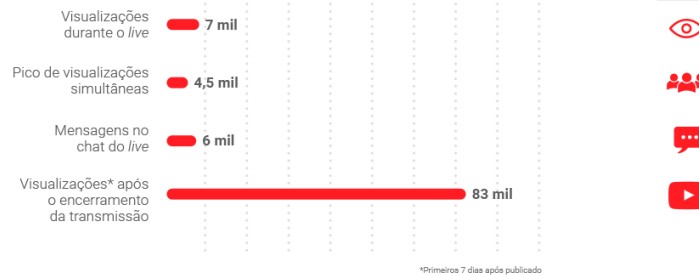
Mas como ela fez para transmitir ao vivo de cima do trio elétrico? Aí entrou o *Mobile live*, ferramenta para transmissão eventos ao vivo direto do celular.

No fim, tudo isso virou conteúdo e trouxe excelentes resultados para o canal, como podemos ver a seguir:

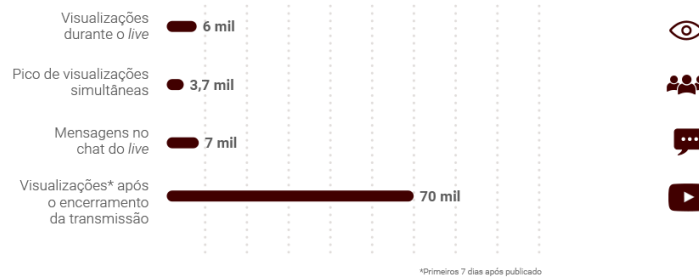
## Preparação da maquiagem para o bloco



## De cima do trio elétrico



## Arrumando as malas de volta pra casa



think with Google



O conteúdo ao vivo produzido pela Kim durante o Carnaval gerou 154 mil visualizações durante as 15 transmissões realizadas e mais de 1,4 milhões após a publicação dos vídeos. De todas as visualizações, 85% foram consumidas a partir de dispositivos móveis.

As transmissões ao vivo no YouTube são muito flexíveis e se adaptam a projetos dos mais diferentes escopos. De grandes eventos a experiências intimistas, o potencial de engajamento e alcance desses conteúdos aumenta a cada ano, permitindo que os criadores explorem novas formas de expressão e se aproximem dos seus fãs de um jeito único e inovador.