

Métrica YOUTUBE



functions $f(x) = 9$

$d(x) = f(x)$

$f(x) = \frac{x^3 + 10x + 3x + 2}{4x}$

$y = 10x^2 + 3\sqrt{3x} + C$

$a = \frac{1110 \cdot 1x8}{b}$

$y = x + 3x + 2$

F

a

p

z

$f \cdot dt$ (ypte)

$0 = \frac{c \cdot d}{2 \cdot L}$

$a = 2 \cdot 3$

$b = x$

$7 = x \sqrt{1}$

$Must \cdot 6anb$

$SMg = \left| \frac{5 \pi \cdot 10 \text{ cm}}{3 \cdot 1 \cdot 0 \cdot 2} \right|$

$\Sigma \cdot 52 \quad \frac{1 \cdot 2 \cdot 5 \cdot 4}{1}$

a

c

6

0



ASSISTE CONTEÚDO ATÉ O FINAL

CLIQUE NO CONTEÚDO

INTERAÇÃO

COMENTA

COMPARTILHA

**O ALGORITMO BUSCA
COMPREENDER OS FATORES
QUE LEVAM AS PESSOAS
A INTERAGIREM MAIS PARA
FAVORECER OS CONTEÚDOS
QUE AUMENTAM A RETENÇÃO.**

MÉTRICA DE CLIQUES

CTR

(CLICK THROUGH RATE)

MÉTRICA DE CLIQUES

CTR

(CLICK THROUGH RATE)

A porcentagem de pessoas que clicam na miniatura do seu vídeo depois que ela é exibida para elas (uma impressão).

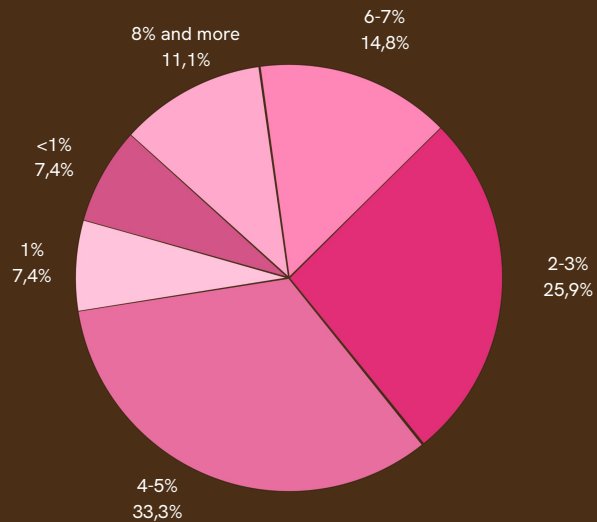
$$\text{CTR} = (\text{Cliques} / \text{impressões}) \times 100$$

Exemplo:

Se o seu vídeo apareceu para 100 pessoas e 5 clicaram, o seu CTR é de 5%.

MÉTRICA DE CLIQUES

Qual a média de CTR no YouTube?



m um CTR médio entre 4% e 5%.

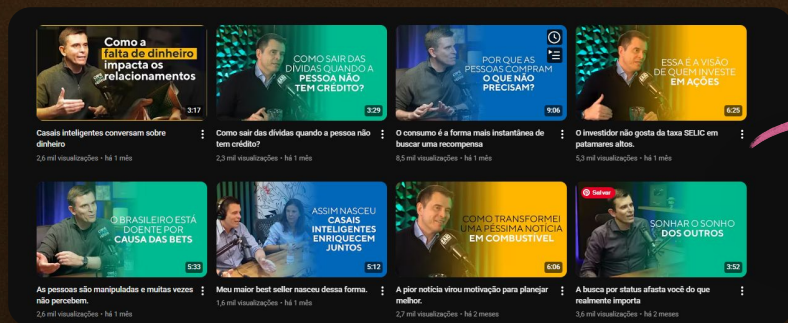
MÉTRICA DE CLIQUES

CTR ABAIXO DE 2%

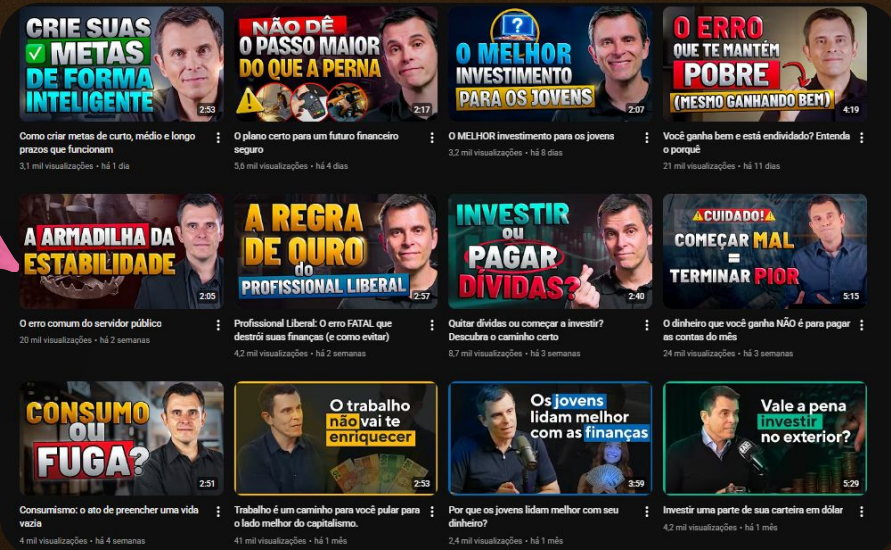


REVISE TÍTULOS E THUMBNAILS,
PORQUE O PÚBLICO ESTÁ VENDENDO
O VÍDEO, MAS NÃO ESTÁ SE
SENTINDO ATRAÍDO A CLICAR.

MÉTRICA DE CLIQUES



Thumbnail	Title	Views
1	Como a falta de dinheiro impacta os relacionamentos	3.17
2	Como sair das dívidas quando a pessoa não tem crédito?	3.29
3	Por que as pessoas compram o que não precisam?	9.06
4	Essa é a visão de quem investe em ações	6.29
5	O brasileiro está doente por causa das bets	5.33
6	Assim nasceu Casais Inteligentes Enriquecem Juntos	5.12
7	Como transformei uma péssima notícia em combustível	6.06
8	Sonhar o sonho dos outros	3.52



Thumbnail	Title	Views
1	CRIE SUAS METAS DE FORMA INTELIGENTE	2.53
2	NÃO DÊ O PASSO MAIOR DO QUE A PERNA	2.17
3	O MELHOR INVESTIMENTO PARA OS JOVENS	2.07
4	O ERRO QUE TE MANTÉM POBRE (MESMO GANHANDO BEM)	4.19
5	A ARMADILHA DA ESTABILIDADE	2.55
6	A REGRA DE OURO do PROFISSIONAL LIBERAL	2.57
7	INVESTIR ou PAGAR DÍVIDAS?	2.40
8	⚠️ CUIDADO! COMEÇAR MAL = TERMINAR PIOR	5.15
9	CONSUMO ou FUGA?	2.51
10	O trabalho não vai te enriquecer	2.53
11	Os jovens lidam melhor com as finanças	3.50
12	Vale a pena investir no exterior?	5.29

MÉTRICA DE VISUALIZAÇÃO DE CONTEÚDO

AVD

(AVERAGE VIEW DURATION)

AVP

(AVERAGE VIEW PERCENTAGE)

WATCH TIME

MÉTRICA DE VISUALIZAÇÃO DE CONTEÚDO

AVD

(AVERAGE VIEW DURATION)

AVP

(AVERAGE VIEW PERCENTAGE)

WATCH TIME

Informa quanto tempo, em minutos, o usuário assistiu seu vídeo.

$AVD = \text{Tempo total de exibição} / \text{Número de visualizações}$

Exemplo:

Se o vídeo tem 10 minutos e, em média, o público assiste 6, o AVD é de 6 minutos.

MÉTRICA DE VISUALIZAÇÃO DE CONTEÚDO

AVD

(AVERAGE VIEW DURATION)

AVP

(AVERAGE VIEW PERCENTAGE)

WATCH TIME

Informa a percentagem média do vídeo que os usuários assistiram.

$$AVP = \text{Tempo total de exibição} / (\text{Tempo do vídeo} \times \text{Número de visualizações})$$

Exemplo:

Se o vídeo tem 10 minutos e as pessoas assistem, em média, 6, o AVP é de 60%

MÉTRICA DE VISUALIZAÇÃO DE CONTEÚDO

AVD

(AVERAGE VIEW DURATION)

AVP

(AVERAGE VIEW PERCENTAGE)

WATCH TIME

Informa o tempo somado que os usuários passam no seu canal.

Tipo de vídeo	AVD recomendado	AVP recomendado	Interpretação	Observação
Curto (5-10min)	2,5 - 6 min	40% - 60%	Boa retenção para vídeos	Ideal para conteúdo dinâmico e visual
Médio (10-20min)	5 - 10 min	35% - 55%	Retenção equilibrada	Faixa comum para vídeos explicativos e vlogs
Longo (20-30min)	8 - 15 min	40% - 50%	Aceitável para vídeos longos	YouTube valoriza o watch time total
Podcast/Longform (45-90min)	20 - 35 min	25% - 40%	Retenção sólida para vídeos longos; público mais fiel	AVD alto (20 min +) mostra forte engajamento

MÉTRICA DE RETENÇÃO DA PLATAFORMA

SESSION TIME

(TEMPO DE SESSÃO)

MÉTRICA DE RETENÇÃO DA PLATAFORMA

SESSION TIME

(TEMPO DE SESSÃO)

Tempo que o usuário passa navegando na plataforma como um todo.

Você deve buscar o equilíbrio entre vídeos curtos e longos de forma estratégica para ampliar suas métricas de Watch Time.



Andrew Huberman

@hubermanlab · 7,19 mi de inscritos · 414 vídeos

O podcast Huberman Lab é apresentado por Andrew Huberman, Ph.D., neurocientista e ...mais

hubermanlab.com e mais 6 links

Inscriver-se

Início

Vídeos

Shorts

Podcasts

Playlists

Posts



Mais recentes

Em alta

Mais antigo



The Science of Gratitude & How to Build a Gratitude Practice | Huberman Lab...

58 mil visualizações · há 3 dias



How to Overcome Inner Resistance | Steven Pressfield

176 mil visualizações · há 6 dias



Essentials: How Your Brain Functions & Interprets the World | Dr. David Berson

60 mil visualizações · há 10 dias



Protect & Improve Your Hearing & Brain Health | Dr. Konstantina Stankovic

72 mil visualizações · há 13 dias

OS 15 PRIMEIROS SEGUNDOS DE QUALQUER FORMATO DE VÍDEO É UM FATOR DECISIVO PARA CHAMAR A ATENÇÃO

Primeiros 15 segundos a 1 minuto: A retenção geralmente cai para cerca de 70%.
Se cair para 60% ou menos, é um sinal de alerta.

O final do vídeo também conta:
A retenção típica é de 30%.
Se você conseguir 40% ou mais,
está acima da média.



O QUE FAZER

- Utilize a Tela Final
- Finalizar com um gancho para o próximo vídeo
- Deixa a indicação de outro vídeo

**PENSAR EM RETENÇÃO
E CONTINUIDADE É UMA
ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO.**