

YouTube es la mayor plataforma de **compartición y reproducción de video online** del mundo.

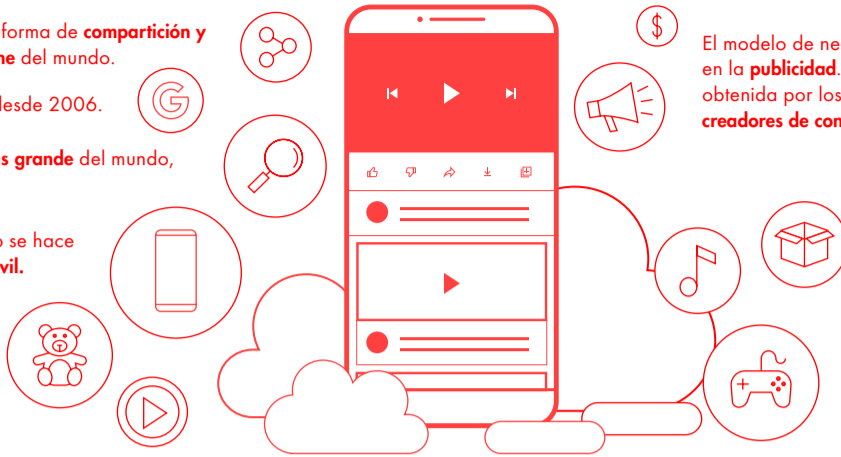
Es propiedad de **Google** desde 2006.

Es el **segundo buscador más grande** del mundo, después de Google.

+70% del consumo se hace desde el **móvil**.

YouTube ha desarrollado, además, dos apps especializadas:

- YouTube Kids
- YouTube Music



El modelo de negocio de YouTube está basado en la **publicidad**. Una parte de la **monetización** obtenida por los vídeos se reparte con los grandes **creadores de contenido** de la plataforma.

Las **temáticas** de los vídeos en YouTube son de lo más diversas pero predominan los vídeos de:

- **música**
- **gaming**
- **tutoriales**
- **reviews de productos**

+ 2.000 millones de visitantes únicos al mes

+ 33.6 millones* de visitantes únicos al mes **en España**

* Fuente: Comscore. Datos de móvil, tablet y ordenador.

ÚLTIMAS TENDENCIAS Y NOTICIAS



Retransmisiones en streaming (YouTube Live)



Docuseries



Canales de celebrities tradicionales



Live shopping / social shopping



Vídeo corto YouTube short (beta)

POR QUÉ ES RELEVANTE PARA LAS MARCAS



COBERTURA

2/3 de los españoles

17%

de los usuarios lo visitan **a diario**

92%

de los usuarios lo visitan **semanalmente**



RECURRENCIA

AFINIDAD EN TARGET



comercial



joven



niños

DIVERSIDAD DE TARGET

Es la plataforma de video online más diversa



Aunque los más activos son los **jóvenes**, los **mayores de 53 años** visitan YouTube.

POR QUÉ ES RELEVANTE PARA BRANDED CONTENT



RELEVANCIA

en proyectos audiovisuales digitales por su gran audiencia

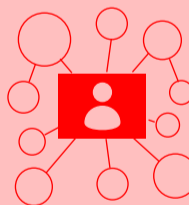


CAPTACIÓN DE AUDIENCIAS PROPIAS

Oportunidad muy interesante para que las marcas se conviertan en **medios o canales de comunicación**.



PREDOMINA EL VÍDEO LARGO



MARKETING DE INFLUENCERS

YouTube es una plataforma de video nativo online, en la que una buena parte del consumo se produce en contenidos generados por **influencers (Youtubers)**. Oportunidad para que las marcas se asocien a la credibilidad y la prescripción de estos creadores de contenido.

FLEXIBILIDAD

No hay limitaciones en cuanto a la duración de las piezas de contenido, admite formatos tanto horizontales como verticales.



LIMITACIONES



Limitaciones respecto a contenido violento o dañino, derechos de propiedad intelectual y protección de menores.

BEST PRACTICES

Los proyectos más destacados de Branded Content 2020 residen en Youtube:

BBVA

Aprendemos juntos



Vodafone You

yoigo

Pienso luego actúo