

SAMBATECH

GUIA COMPLETO PARA FAZER UMA
TRANSMISSÃO AO VIVO.



potencialize/AO VIVO

Você já parou para pensar que transmitir um evento ao vivo pela internet é uma forma de romper barreiras físicas e geográficas e atingir um número muito grande de pessoas? E que essa é uma forma eficaz de aumentar o alcance de uma única mensagem?

Faça as contas: considerando que um evento feito em um auditório para cem pessoas contou com transmissão ao vivo e alcançou mil espectadores, o número de pessoas atingidas, em relação às que estavam presentes, foi multiplicado por dez. De fato, a internet permite que cada um tenha um canal de TV ao vivo a qualquer momento.

Outro dado bacana é que a transmissão em tempo real – seja de uma aula, palestra, reunião, ‘product release’ ou mesmo uma apresentação mais descontraída – por meio da tecnologia streaming gera dez vezes mais engajamento do que os vídeos sob demanda. Esses dados foram divulgados na 16ª edição do **Streaming Media East**, evento que reúne os principais players do mercado digital e discute tendências em vídeo online e tecnologia.

Isso porque a transmissão ao vivo tem como característica ser algo exclusivo, que está acontecendo naquele momento, o que gera uma sensação de percentimento interessante, mesmo sem estar presente naquele lugar. E é por isso que estes eventos live streaming estão influenciando a forma como a mídia tradicional e a mídia digital são usadas para agregar valor à experiência dos espectadores.

Você é agência? Que tal fazer uma transmissão ao vivo para a ação do seu cliente?

veja como

Mas para conquistar o público desejado, é necessário investir em qualidade e planejamento. Neste e-book, apresentamos um guia para que você trace sua estratégia de live streaming, da escolha do local à divulgação da transmissão. Vamos começar?

Planeje-se

Em uma transmissão ao vivo, os detalhes fazem toda a diferença, a começar pelo local. O espaço escolhido deve atender às necessidades de quem vai participar do evento e também contar com alguns requisitos para que a transmissão tenha qualidade. (Dica: se você quer transmitir um evento esportivo, atente-se ainda mais aos detalhes)

Verifique com antecedência se o lugar onde acontecerá a palestra, seminário, aula, reunião, show, partida, ou qualquer outro tipo de evento conta com uma boa iluminação natural e uma acústica apropriada – ou seja, se não sofre com a interferência de sons externos ou se há muita reverberação. Caso o local não tenha luz e som adequados, você terá de providenciar equipamentos para melhorar estes dois pontos. Quanto antes você focar nos detalhes, maior a chance de tudo dar certo.

Familiarizar-se com o espaço onde a transmissão será feita também é fundamental para verificar toda a estrutura, como tomadas e pontos de luz disponíveis e cabeamento para a conexão da internet. Não deixe para improvisar na hora. O melhor é preparar-se com antecedência.

Tecnologia

Você também vai precisar de um bom sistema de streaming com suporte para grandes picos de acesso simultâneo e com qualidade que se adapte à banda (ABR), o que evita travamentos durante a transmissão, e ao buffering – que é a área de armazenamento temporário de dados que geralmente dá um delay no vídeo.

Entenda melhor como funciona o ABR através do nosso case de transmissão ao vivo da Copa.

[ver case](#)

Para que o conteúdo capturado seja digitalizado e transmitido via streaming, também é necessário ter um encoder, equipamento que vai transformar o material para um formato que seja próprio para a web. Uma excelente alternativa é a utilização do software Adobe Flash Media Live Encoder, uma solução confiável, estável e gratuita. O programa recebe o sinal da placa de captura – ou mesa de corte –, transforma o formato do vídeo original e envia o sinal para os servidores de streaming, que vão fazer o conteúdo tocar no player.



Go beyond

Neste planejamento, pense também em uma estratégia para que o evento dure mais tempo, não em horas, mas em dias, se possível (desde que seja algo que você tenha controle, né?). Dessa forma, você dará chance para que novos usuários, que não ficaram sabendo da transmissão com antecedência, possam aproveitar parte do conteúdo. Isso contribui para aumentar o número de usuários e possivelmente o alcance da sua transmissão.

Com estes cuidados, você garante qualidade e segurança na transmissão e fica livre de problemas técnicos.

Confira tudo antes da transmissão

Depois de escolher o local e a melhor plataforma para a transmissão, é muito importante fazer testes com câmeras, som, iluminação e cenário. Além, é claro, de verificar se o sistema de streaming é realmente confiável e ideal para os seus objetivos.

Outra providência essencial é contar com uma equipe, ou pelo menos um colaborador, para cuidar da manutenção da aparelhagem e de eventuais falhas durante a transmissão. Tenha também itens extras, como cabos, baterias, tripés e até mesmo câmeras. Se não for possível contar com uma grande quantidade de aparelhos, tenha pelo menos um kit de ferramentas básicas para fazer pequenos reparos caso algum imprevisto aconteça.

Áudio de Qualidade

Garantir um áudio de qualidade fará com que sua transmissão tenha não só uma cara mais profissional, mas também que todas as informações sejam passadas com clareza, sem ruídos ou interferências. Um local com boa acústica demanda menos investimentos em equipamentos. O ideal é que o lugar tenha um isolamento razoável e que não deixe muito som entrar nem escapar.

Em todo caso, é sempre necessário contar com uma placa para captura do áudio e bons microfones, uma vez que os microfones das câmeras, na maioria dos casos, são muito abertos e captam muitos ruídos. Microfones de lapela, que são fixados à roupa, permitem que o interlocutor tenha as mãos disponíveis e circule mais livremente pelo espaço, mas você pode optar ainda por microfones de mão, que também gravam o som com bastante qualidade.

Captação de Imagem

Sem câmera, não há transmissão ao vivo, certo? Neste ponto, as opções tecnológicas são bastante variadas e o tipo a ser escolhido vai depender da qualidade que você quer garantir às imagens e também do quanto tem para investir.

Muitas vezes uma webcam já dá conta do recado, mas se a sua intenção for fazer uma captura profissional, há modelos de câmeras que filmam em full HD, com diversos recursos que contribuem muito para a qualidade da transmissão e que custam de R\$ 1.200,00 a R\$ 10.000,00. Separamos uma lista com bons equipamentos, mas fica a seu critério:

| Sony Alpha NEX-F3

| Canon EOS Rebel T3i

| Panasonic Lumix DMC-GH2

| Canon EOS Rebel T4i

| Canon EOS 5D Mark III

Procure também um modelo que, além de filmar em alta definição, tenha opção de acoplar um microfone externo.

Além da câmera, é preciso ter um computador com placa de captura, equipamento necessário para fazer a transferência da imagem e do som da câmera / VCR para o computador. Nesse sentido, dê preferência para câmeras digitais, porque as analógicas demandam uma placa específica com um determinado tipo de configuração.

Você também vai precisar de um cabo FireWire, para conectar a câmera na placa e no computador. Este tipo de cabo permite a captura de conteúdo para edição com custo baixo (preço da placa), com excelente qualidade de imagem e quase todos os programas de edição e preparação de vídeo reconhecem o sinal gerado por ele. As placas Black Magic Design Xena e Osprey 250 são bastante recomendadas no mercado.

Se a sua transmissão tiver mais de uma câmera, o que é muito bacana para mostrar todos os detalhes, principalmente se contar com mais de um interlocutor, é preciso providenciar uma mesa de corte, também conhecida como switcher ou mixer de vídeo.

Este equipamento seleciona a tomada ou câmera onde será realizada a transmissão ao vivo. Ações como cortes secos, efeitos especiais e corte de áudio são gerenciadas por meio da mesa.

Uma alternativa para quem não pode investir em uma mesa é utilizar softwares que simulam os efeitos da switcher, como o TriCaster TCXD300 (4e) e o Vidblaster.

Conexão à Internet

Uma conexão de internet lenta ou que cai a todo momento pode arruinar sua live streaming. Buffering, “tela preta” e travamentos atrapalham a experiência de consumo de uma informação ao vivo. Afinal, é por meio da web que o sinal do encoder é enviado aos servidores para que eles cuidem da distribuição do vídeo capturado.



Para garantir a estabilidade da transmissão, tenha uma conexão de 2MB de uplink dedicado e exclusivo para o servidor de upload (considerando apenas um canal de live streaming). No encoder, basta colocar no campo de acesso do Flash Media Server (software de encoding gratuito da Adobe) qual a URL e qual o código de acesso "stream" que farão a conexão com os servidores. Para colocar o player do vídeo na página onde vai acontecer a transmissão, gere o embed no próprio encoder, copie-o e cole-o no destino que quiser. Ou seja, dá para 'embeber' sua live streaming no Facebook, Twitter, Blog, Site, Hotsite, Landing Page e muito mais.

É interessante colocar também algumas funções extras no player, como os ícones de compartilhamento do conteúdo nas redes sociais. Assim, é possível potencializar o alcance da transmissão dando a liberdade ao usuário de compartilhá-la nas redes sociais ou copiando o link ou o embed.

É importante ainda ter um plano de contingência, ou seja, um telefone com um hotspot Wi-Fi, caso dê problema no link dedicado. Escolha uma plataforma sólida e com tecnologia robusta, já que a conexão com a internet é um dos pontos mais importantes de toda a transmissão.

Promova a sua transmissão

Depois de organizar a parte operacional da sua transmissão ao vivo, chegou a hora de promover o live. Para que você consiga atingir o maior número de pessoas possível, faça o planejamento de uma campanha de marketing digital e inicie a divulgação um mês antes.

Comece com a criação de uma página ou hotsite do evento que será transmitido. Assim, você cria um canal para reunir todos os dados relacionados ao assunto: o player do vídeo, notícias do evento, links, banners, ferramentas de redes sociais. Esta medida vai envolver o espectador e fazer com que ele encontre de forma mais rápida as informações que você quer divulgar.

Pense também em diferentes formatos de conteúdo – posts de blog e redes sociais, imagens e, claro, um vídeo curto de divulgação. Esta produção de conteúdo é fundamental para que você elabore uma campanha de SEO com o objetivo de otimizar a página do evento e melhorar o posicionamento do site nos mecanismos de buscas na web. Não existe fórmula mágica de promoção, já que cada evento tem seu público específico e seu jeito mais assertivo de se comunicar.

Elabore um cronograma, para você não se perder no meio de tanta informação a ser produzida e divulgada, e organize as datas para lançamento do site e dos canais nas redes sociais, envio de e-mail marketing e programação de postagens. Também prepare-se para, no dia do evento, acionar seu networking e solicitar, para seus contatos em sites e blogs que trabalham com o seu público, a promoção da transmissão ao vivo. Envie a eles um texto de exemplo com alguns links do seu conteúdo para serem usados em diferentes redes sociais.

Estas são algumas dicas gerais para ajudá-lo no seu planejamento, no entanto, é interessante dar uma atenção especial a dois canais: as redes sociais, que são uma ótima maneira de engajar o público, inclusive durante a transmissão do live; e o e-mail marketing, uma das formas mais diretas e de baixo custo para promover o evento entre os seus contatos e um grande aliado para aumentar o alcance da divulgação.

Veja algumas dicas do Google e da Ogilvy para o sucesso da sua estratégia de vídeos online.

[ver dicas](#)

Divulgue nas Redes Sociais

O primeiro passo para uma divulgação eficiente nas redes sociais é identificar em quais canais o seu público está. Criar uma página no Facebook para o evento é bastante funcional, pois esta rede é a que tem uma maior base de usuários. O Twitter também é essencial, pois ele tem como característica a divulgação de informações em real time – o que é muito importante para interagir com o público durante a transmissão. Um pouquinho mais distante, porém eficaz, o LinkedIn pode ser bastante utilizado, principalmente para quem quer atingir um segmento de negócio bem específico.

Aqui separamos algumas dicas matadoras para você iniciar a publicação das postagens:

/ Linguagem adequada / Fale a língua do seu público e use termos relacionados ao segmento do evento que será transmitido, sempre com foco em incentivar os usuários a participar e em mantê-los engajados. Um tipo de postagem que dá muito certo na divulgação de transmissões ao vivo é fazer uma contagem regressiva, criando, assim, uma expectativa no seu público.

/ Publique na hora certa / O ideal é publicar os posts nos períodos do dia ou horários em que a maioria da sua base de fãs e seguidores está conectada. Não se esqueça de monitorar o alcance das publicações e os dados de interação disponíveis nas próprias redes sociais.

/ Acerte o fuso horário / Lembre-se de que nem todos estão na mesma região que você, por isso sempre especifique um fuso horário na hora de divulgar o evento.

/ Tuites certos / Na hora de twitar, escreva mensagens curtas, pois nem todo mundo gosta de retuitar. Muitas pessoas preferem citar um tuíte e acrescentar algo em seguida. Escrevendo mensagens curtas, você garante o espaço para os comentários.

/ Interação durante a transmissão / Durante o evento, tenha alguém que fique em contato direto com as redes sociais, mobilizando pessoas, publicando os melhores momentos da live e respondendo aos espectadores. Isso vai aumentar ainda mais o buzz sobre o evento.

/ Alcance pago / Divulgar informações interessantes sobre o evento a ser transmitido contribui para o alcance orgânico das publicações, mas é possível dar uma turbinada em algumas postagens mais estratégicas, patrocinando alguns posts, para atrair tráfego e aumentar as chances de o conteúdo se espalhar mais rapidamente.

Recomendamos a leitura de um artigo bem legal sobre o assunto, feito pela equipe do Hubspot, líder mundial em automação de marketing: [Como criar anúncios épicos no Facebook](#)

Use uma Plataforma de Gestão de Redes Digitais

Contar com uma ferramenta para gerar conteúdo e fazer o monitoramento de várias redes sociais ao mesmo tempo é uma mão na roda, principalmente quando a publicação dos posts também vai acontecer em tempo real, durante a transmissão do live.

O [Hootsuite](#) é um dos dashboards para redes sociais que mais possui funcionalidades, entre elas o serviço de agendamento inteligente de postagens. Esta ferramenta seleciona automaticamente os melhores horários para publicação de conteúdo com base no histórico de postagens dos seus canais e nas respostas dos usuários.

Assim você não precisará selecionar manualmente o horário que deseja publicar as mensagens e ganha tempo, automatizando o processo de agendamento. Essa programação inteligente também maximiza o alcance e o impacto dos posts, pois agenda as mensagens nos momentos de maior audiência e interação.

Outra vantagem do Hootsuite é que ele permite que você agende e publique em diferentes canais de forma escalonada. Esta medida equilibra as atualizações nas redes sociais, evitando que seus seguidores recebam o mesmo conteúdo na mesma hora em canais diferentes, e também potencializa o alcance das suas mensagens em diferentes momentos ao longo do tempo.

Não se Esqueça do E-mail Marketing

O e-mail marketing é uma ferramenta de comunicação que oferece uma alta taxa de retorno com um investimento mínimo. A possibilidade de personalização das mensagens faz do correio eletrônico o início de um relacionamento mais estreito com o seu público.

Em sua campanha de divulgação do live streaming, o e-mail deve ser utilizado de três formas:

/ Para convidar o público / Envie ao seu mailing uma mensagem informando sobre o dia, horário e conteúdo da transmissão e convidando a todos para assistir. Destaque a importância do evento ou os benefícios em assistí-lo.

/ Para instigar possíveis espectadores / Após o convite, mantenha seu público informado sobre as últimas novidades da transmissão. Vale a pena enviar um vídeo com o teaser do live, para que as pessoas entrem no clima do evento. Verifique a melhor frequência para envio desses e-mails e analise os links clicados pelos destinatários para identificar grupos de interesse e, desta forma, ver se é possível segmentar futuras mensagens.

/ Para manter sua base ativa / Após a transmissão, envie e-mail para sua lista agradecendo a audiência e lembre seus contatos com os links, para quem quiser rever o material.

Há sistemas especializados em envio de e-mail marketing que possuem pacotes econômicos (às vezes gratuitos) para disparos reduzidos, como mil mensagens mensais. É importante contar com uma ferramenta dessas, pois o disparo “doméstico” costuma ser barrado pelos provedores e pode cair na caixa de spam.

Mensure e avalie os resultados

Verificar os resultados por meio de relatórios é importante para que você possa entender como o evento foi consumido na web e como sua audiência se relaciona com seu conteúdo:

Quantidade de Visitantes

Dado importante para saber quantas pessoas acessaram seu link exclusivo e clicaram no play, uma forma de dimensionar a audiência do evento. É importante comparar os resultados dessa métrica com live streamings futuros, para verificar a evolução da sua estratégia.

Geolocalização

Métrica que aponta de onde seu público assistiu aos vídeos. Esta informação é muito útil para avaliar o desenvolvimento de conteúdo e a realização de uma transmissão ao vivo regional e também para correr atrás de patrocinadores segmentados por regiões de maior interesse, caso você queira monetizar seus vídeos.

Sistema Operacional e Suporte Utilizados

Assim como cada suporte utilizado (PC, tablet, celular), cada sistema operacional também tem suas características. Saber quais são os sistemas mas utilizados vai ajudá-lo a melhorar a transmissão do seu conteúdo de acordo com a plataforma usada pelo seu público, o que diminui erros e também aumenta a experiência positiva dos usuários.

Tempo Médio Que o Visitante Assistiu à Transmissão

Também conhecido como taxa de retenção, este dado mede o nível de engajamento da sua audiência com o conteúdo transmitido, se o roteiro utilizado pelo interlocutor está adequado, entre outras análises.

Com estas quatro métricas, você consegue gerar informação útil para moldar a sua produção de conteúdo e alcançar maior engajamento da sua audiência.

Veja como entender e melhorar a retenção do seu público:

[ver post](#)

Conclusão

Deu para ver que as vantagens do live streaming são muitas: a abrangência dos vídeos publicados na internet e a possibilidade de viralização, a aposta em diferentes conteúdos e formatos e a segmentação das mensagens.

Mas não basta ter preparo e conteúdo por parte do interlocutor. É preciso também organização, planejamento, equipamentos, sistemas e plataformas que garantam uma transmissão de qualidade e um ar profissional para engajar cada vez mais pessoas.

Você também quer transmitir um evento ao vivo com qualidade e confiança? Aproveite nossas dicas e mãos à obra!

Aproveite e conheça a transmissão ao vivo Samba Tech:

[ir sambatech.com](https://www.sambatech.com)



E aí, gostou das nossas dicas?
Vamos para um próximo passo? Baixe o material abaixo e
aprofunde seu conhecimento sobre transmissão ao vivo.

Quero mais conteúdo!



Download