YouTube podría comenzar a mostrar dos anuncios seguidos para evitar interrumpir los videos a la mitad para mostrar más anuncios.

También planea añadir herramientas para descubrir a nuevos anunciantes desde la página de inicio de la plataforma, como una serie de novedades para los anuncios integrados dentro del sitio.

Dichas modificaciones se han publicado en el blog oficial de Google, donde la compañía aseguró que con esto pretende *«mantener a los anunciantes al tanto de las tendencias»*.

La primera novedad consiste en mostrar dos anuncios antes de comenzar a reproducir el video, lo que *«es menos probable que los anuncios interrumpan los videos».*

> *«Los espectadores son muy sensibles a la frecuencia de la publicidad, especialmente durante las retransmisiones más largas»*, ya que las interrupciones impactan de forma negativa en las métricas del usuario.

Según la compañía, los anuncios se pueden saltar si así lo deciden los usuarios, pero aquellos que vean dos anuncios seguidos, tendrán 40% menos de probabilidad de que más publicidad interrumpa el video.

Por otro lado, en la página de inicio de YouTube se integrarán los anuncios de descubrimiento de la herramienta TrueView, con las que los anunciantes reciben dinero en caso de que los usuarios lo visualicen. También aparecen los anuncios en formato Masthead, que se muestra durante 24 horas en la página principal, y de la campaña universal de aplicaciones creados por YouTube a partir de las ideas de texto aportadas por los anunciantes.

YouTube asegura que la visualización de videos de ha vuelto *«más autodirigida»,* ya que según datos internos de la plataforma, el tiempo de reproducción de contenido descubierto en la página de inicio por los usuarios en la plataforma se ha multiplicado por diez en los últimos tres años.