



Guía fundamental para hacer videos de marketing

#LightsCameraGrow



Todas las empresas necesitan una estrategia para hacer videos de marketing. En los últimos años, los videos han ido cobrando cada vez más relevancia en todas las plataformas y canales.

Ya no basta con incorporar videos en una sola parte de tu plan general de marketing. Este formato debe ser una pieza central de toda tu estrategia de marketing. Sabemos que crear videos por tu cuenta puede ser intimidante. Por eso, nos aliamos con nuestros colegas de Vidyard, Later y Uberflip para crear esta guía fundamental de videos de marketing para ti. Desde la etapa de reconocimiento hasta las conversiones, sigue esta guía para descubrir cómo los videos pueden ayudar a tu empresa a crecer mejor.



Primeros pasos para crear videos

Materiales

- iPhone o cámara DSLR
- Un trípode
- Papel fotográfico
- Un micrófono onmidireccional para iPhone
- Una mesa pequeña
- Cinta
- 3 luces



Preparación

1. Enfoque

Siempre revisa el foco de la cámara. Si el sujeto del video se mueve antes de que empieces a grabar, la imagen quedará desenfocada. Haz una marca en el piso con cinta Gaffer o de pintor para mantener la consistencia.

2. Audio

Si es posible, apaga el aire acondicionado y desconecta todos los aparatos cercanos. Quizás tú no oigas el ruido, pero será la peor pesadilla para quien edite el video en la etapa de posproducción. No importa si grabas con una cámara DSLR o un iPhone, no uses el micrófono incorporado. Conviene comprar un micrófono omnidireccional para iPhone, que se conecta directamente a los auriculares o al puerto de alimentación.



3. Iluminación

Usa tres luces diferentes para iluminar la escena. La luz principal (que será la más potente) debe colocarse en un ángulo de 45 grados hacia la izquierda o derecha del sujeto. Eleva la luz por encima de su cabeza y apúntala hacia abajo. A continuación, prepara la luz de relleno. Colócala a 45 grados en el lado opuesto, más o menos a la altura de los ojos. Por último, usa una luz de fondo para añadir dimensión y ayudar a separar al sujeto del segundo plano.

4. Fondo

Las paredes blancas tienden a reflejar demasiada luz y crear contrastes. Usa papel fotográfico para añadir un toque de color y dar vida a tu escenario.

5. Fundamentos básicos de la composición

Coloca la cámara siguiendo la regla de los tercios, de modo que el sujeto se posicione en el punto visual óptimo.

Tipos de videos y cuándo usarlos



Los videos son una herramienta eficaz para lograr una conexión con tu audiencia y captar su atención. Son tantos los [tipos de videos](#), canales de distribución y opciones de narración que existen en la actualidad, que las posibilidades son infinitas.

Además, se puede personalizar prácticamente cualquier tipo de video (como los ejemplos en el video que viste antes), y esto nos da la posibilidad de captar la atención de la audiencia y usar la estrategia de [marketing en video](#) para obtener resultados para nuestra empresa.

Al haber tantas opciones, es difícil saber por dónde comenzar.

Por eso, recopilamos algunos consejos rápidos sobre los tipos de videos más comunes, cuándo deberíamos usar cada uno, su duración óptima y los canales de distribución más eficaces.



Tipo de video	Para qué sirve	Por qué usarlo	Duración óptima	Canales más eficaces
De instrucciones	Tutorial paso a paso para llevar a cabo una acción o actividad específica.	Explicar procesos complejos de manera sencilla Educar a la audiencia	3 min.	Correo electrónico Sitio web YouTube
Webinario	Seminario en línea diseñado para informar a la audiencia acerca de un tema en particular. Puede adoptar la forma de un debate. Es posible transmitir en directo u ofrecer a tu audiencia la opción de ver los videos a pedido.	Generar leads a través de accesos distintos Educar a la audiencia Posicionar tu marca o a tus empleados como líderes intelectuales Ayudar a los prospectos a avanzar en el recorrido del comprador	30 min.	Sitio web Correo electrónico
De liderazgo intelectual	Ofrecer consejos u opiniones sobre temas de interés para el sector al que pertenece la marca.	Posicionar a miembros de tu equipo como líderes de la industria Aumentar el reconocimiento de marca Darle un toque humano a la marca	3 min.	Sitio web Correo electrónico Redes sociales YouTube
Explicativos	Resumen general de los problemas que tu empresa ayuda a sus clientes a resolver y cómo. No detalla especificidades de los productos, como sus características. A menudo contiene animaciones, aunque esto no es excluyente.	Aumentar el reconocimiento de tu producto Educar a los compradores acerca de las actividades de tu empresa Bueno para la fase de descubrimiento del recorrido del comprador	2 min.	Sitio web



Tipo de video	Para qué sirve	Por qué usarlo	Duración óptima	Canales más eficaces
Demostración	Mostrar tu solución en acción. Profundizar en las características y funcionalidades del producto que muestran a los compradores cómo es tu solución, lo que hace y su funcionamiento. Debe centrarse en las ventajas.	Aumentar el reconocimiento de tu producto mostrando la solución que ofreces en acción Bueno para generar leads. Funciona bien en las etapas más avanzadas del recorrido del comprador	3 min.	Sitio web
Casos de éxito	Destacar historias de clientes reales, incluidos los resultados que los ayudaste a obtener.	Mostrar el valor de lo que ofreces a tus clientes Aprovechar las demostraciones en redes sociales presentando a clientes reconocidos y con grandes historias que contar y buenas cosas que decir sobre tu marca	3 min.	Sitio web Correo electrónico Redes sociales
Promocionales	Promocionar campañas de marketing, lanzamientos de productos, eventos y otros contenidos.	Generar reconocimiento de marca y producto Promocionar material o campañas clave Aumentar el tráfico a tu página de destino, sitio web, blog, etc. Puede ser bueno para generar leads	1 min.	Sitio web Correo electrónico Redes sociales



Cómo aumentar las interacciones y la base de seguidores con videos en Instagram y Facebook

Consejos de  Later

No es ningún secreto que los videos son uno de los formatos más populares en Instagram y Facebook.

Lo bueno es que no necesitas una cámara DSLR o un equipo sofisticado para crear contenido en video atractivo y de calidad profesional para las redes sociales. Todo lo que necesitas es tu teléfono y algunas apps para ponerte en marcha.

Compartiremos algunas de nuestras aplicaciones de video favoritas más adelante, pero por ahora veamos algunas maneras clave en las que puedes usar videos para Instagram y Facebook:



1. Anuncios


Los videos son una excelente manera de hacer un anuncio especial o generar entusiasmo en torno a un nuevo producto o servicio. La marca de belleza Summer Fridays a menudo comparte videos en sus historias y novedades para generar entusiasmo acerca del lanzamiento de nuevos productos.

2. Tutoriales

Los videos también son útiles para compartir instrucciones y tutoriales. Por ejemplo, una marca de productos para el cabello podría compartir un tutorial en video con consejos sobre cómo peinarse, e integrar sus productos en los videos para que los usuarios puedan comprar con facilidad mientras aprenden.

3. GIF

Si quieres captar la atención de tus seguidores, una manera fácil de hacerlo es diseñando o volviendo a publicar GIF en Instagram o Facebook. En Instagram, los GIF son videos, por lo que verás un conteo de «reproducciones» en lugar de «me gusta».




Estas son solo algunas maneras en que las empresas pueden usar videos en Instagram y Facebook para aumentar las interacciones y ganar más seguidores. Desde luego, no es tan simple como grabar un video y publicarlo. Instagram y Facebook son dos plataformas diferentes y es importante optimizar tus videos para cada una. A continuación, te mostramos algunas formas de lograrlo:

1. Usa leyendas para captar la atención de la audiencia

Si bien la mayoría de los usuarios mira videos en Instagram con el sonido activado, el 85% de los videos de Facebook se ve sin sonido, por lo que es importante que incluyas leyendas o texto si decides publicar en esta plataforma.

2. Optimiza para dispositivos móviles

La mayoría de tus seguidores usan Facebook e Instagram en sus teléfonos, así que deberás optimizar tus videos para adaptarlos a dispositivos móviles. Una opción es usar la app Inshot para cortar tus videos según los distintos formatos digitales.



5 maneras fáciles de crear nuevos videos a partir de contenido existente

Aunque grabar videos se ha vuelto mucho más accesible y económico en los últimos años, aún puede llevar demasiado tiempo crearlos desde cero. Es por eso que reutilizar el contenido existente es una estrategia eficaz a la hora de crear más contenido en video increíble en menos tiempo. Te presentamos 5 ideas para convertir tu contenido actual en videos.

1. Corta tus webinarios en clips de video más breves

Si quieres sacar más provecho de tus webinarios una vez que terminan, prueba cortarlos en clips de video más breves. El software para alojar webinarios suele permitir la exportación a archivos de video en tu equipo, y con el editor de videos incorporado de ClickMeeting podrás recortar tus grabaciones.



2. Graba testimonios rápidos y casos de éxito durante tus llamadas con los clientes

Aunque los testimonios en video y los casos de éxito tienen el potencial de convertirse en tus activos de marketing más eficaces, la mayoría de los profesionales del marketing no les dan la importancia que merecen. Si logras captar feedback real de tus clientes, ya tienes tu video. Eso sí, no olvides pedir autorización para grabarlo.

3. Convierte tus videos internos en videos educativos

Cada uno de los equipos de tu empresa dedica mucho tiempo a explicar a tus prospectos y clientes cómo hacer cosas en videos con cámara web personalizados o compartiendo su pantalla con un software de video. Reutilizar este tipo de videos puede ser una oportunidad de marketing increíble.

4. Convierte los videos en archivos GIF

Con Giphy, puedes recortar tus videos paso a paso, capturar y destacar los momentos más animados y atractivos, añadir leyendas, ajustar la resolución, exportar e incrustar.



5. Crea videos a partir de contenido de texto, como artículos del blog o guías

Si llevas tiempo escribiendo artículos, es probable que tengas una gran cantidad de contenido valioso oculto entre tus archivos del blog. Solo recuerda que el tono de los videos debe ser relajado y conversacional. Evita usar oraciones complejas.




Cómo usar videos para mejorar las tasas de conversión en una página de destino o sitio web

Consejos de  Überflip

Los videos son una excelente manera de llevar la experiencia general del contenido a otro nivel. Como profesionales del marketing, debemos dedicar tiempo a pensar en cómo nuestros clientes y prospectos perciben el contenido y tener en cuenta cómo lo consumen, las oportunidades de interacción y cómo la experiencia en torno al contenido afecta las acciones que llevarán a cabo los visitantes de nuestro sitio.

Podemos tomarnos el tiempo para reflexionar sobre la experiencia con el contenido en nuestro sitio web, pero lo cierto es que cada contenido que creamos y compartimos con el mundo genera una experiencia propia. Esto incluye a las páginas de destino y las páginas web individuales.

Uno de los motivos por los que los videos resultan tan eficaces a la hora de crear experiencias de contenido que generan muchas conversiones en las páginas de destino y páginas web es porque este formato despierta confianza.



Desde que agregamos videos de testimonios de clientes a nuestras páginas de casos de éxito en Uberflip, nuestras conversiones aumentaron un 80% y el tiempo que los usuarios pasan en la página promedio es de un poco más de 3 minutos. Los videos son lo que más nos acerca al cliente para pedirle que recomiende nuestro producto, servicio o material.

Te presentamos 5 consejos para usar videos en tu sitio web o páginas de destino:

1. Haz videos breves

Los videos son una excelente manera de captar la atención de los visitantes, pero no por mucho tiempo. Diles lo que quieres que sepan y luego deja que completen tu formulario para ver el resto de la información.

2. Piensa estratégicamente en la clase de videos que usarás

Usa videos que permitan visualizar soluciones para los problemas de los compradores.

3. Crea una CTA atractiva y dale a tu audiencia un solo objetivo



4. Experimenta con CTA en los videos y fuera de ellos

5. Mantén la simplicidad

Recuerda que las mejores páginas de destino o páginas web son una experiencia, no un simple método para ganar leads.



Conclusión

Gracias a los teléfonos móviles modernos, todos tenemos cámaras sofisticadas en nuestros bolsillos, por lo que crear videos nunca fue tan fácil. La creación de videos podría parecer intimidante al principio, pero con esta guía y un poco de práctica, pronto estarás creando videos atractivos y generando interacciones y conversiones.