



Libro **Cómo ganar dinero con YouTube**

Gane dinero en efectivo, promocióñese, llegue a sus clientes y haga crecer su negocio en el sitio Web más popular del mundo para compartir videos

Brad Schepp y Debra Schepp
McGraw-Hill, 2009

Reseña

Las personas alrededor del mundo ven cientos de millones de videos todos los días en YouTube. Los expertos en negocios saben cómo incursionar en este vasto mercado para promocionarse o promocionar sus empresas y obtener considerables rendimientos. De hecho, muchas de las empresas de *Fortune 500* han convertido el hecho de compartir videos en una parte vital de sus campañas de mercadotecnia. En este libro accesible e informal, los expertos en comercio electrónico Brad y Debra Schepp hacen una excelente labor explicando cómo ganar dinero con YouTube. Sus detallados y a menudo extravagantes estudios de caso sobre éxitos en YouTube son un buen complemento a su asesoría de negocios y mercadotecnia. *BooksInShort* recomienda esta manual a empresarios tanto nuevos como experimentados que estén buscando una nueva oportunidad de negocio, y a los expertos en mercadotecnia y anunciantes que deseen actualizar sus estrategias. Lea este libro y probablemente se convertirá en la siguiente “cewebridad” de YouTube.

Ideas fundamentales

- YouTube tiene cientos de millones de visitantes mensuales porque ofrece videos entretenidos y es fácil de usar.
- La demografía de su público es muy atractiva para los anunciantes.
- Se pueden reducir los costos de posicionamiento de marca y de publicidad al crear campañas en YouTube.
- Defina metas específicas y desarrolle un plan de mercadotecnia para sus videos.
- Defina la respuesta ideal que desea y adapte a la medida el contenido de su video.
- Publique nuevos videos regularmente para crear y mantener la lealtad de sus seguidores.
- “Siembre” sus videos por Internet para generar comentarios e incrementar su base de aficionados.
- Los aficionados de YouTube le rehúyen a las empresas que publican videos no auténticos y con intereses personales.
- Sus videos promocionales deben entretener y atraer a un público, por ejemplo, al usar “humor, sexo o parodia”.
- Elija un título, una etiqueta, un tema y una descripción para su video que hagan fácil encontrarlo.

Resumen

“Cómo usar YouTube con fines de diversión y de lucro”

YouTube, el sitio Web para compartir videos, presenta tremendas oportunidades de negocio. Considere el éxito de Lucas Cruikshank, alias “Fred.” Cruikshank es un joven de 14 años de edad que vive con sus padres en su finca de Nebraska. Como el personaje Fred, es la estrella de una serie cómica de videos caseros que se presentan en YouTube. La empresa de su propia creación, que tiene una gran cantidad de seguidores “entre la multitud de 9 a 14 años”, se convirtió en el tercer canal más popular de YouTube. Como resultado, el adolescente Cruikshank ya tiene su propio administrador de empresas. Es el vocero de Zipit Wireless, una empresa que vende un dispositivo de texto y de mensajería instantánea para adolescentes y preadolescentes. Según se informa, Cruikshank ganó un salario de cinco cifras por el trabajo – y “no precisamente en la parte baja” de ese rango. Cerca del 56% de los aficionados registrados en YouTube tiene entre 18 y 34 años de edad, un segmento muy codiciado del mercado.

“Si planea tener presencia en la Web, YouTube debe ser parte de su estrategia en el siglo XXI”.

YouTube es tan popular porque es muy fácil de usar. Con unos cuantos clicks, los espectadores pueden ver videos casi sobre cualquier tema. En su página principal, puede uno optar por ver videos que otras personas están viendo en ese momento, ver los videoclips de promoción o los principales, o tener una muestra de “los más vistos, más discutidos y favoritos”. También puede uno escribir algunas palabras clave para buscar algo acorde a los intereses propios. Para buscar colecciones de videos agrupadas por un tema común, intente los canales principales. El manual en línea *YouTube Handbook* explica cómo navegar por el sitio Web y publicar videos, entre otras cosas. No es necesario crear una cuenta de YouTube para ver videos en su sitio Web. Sin embargo, registrarse y ser activo en la comunidad internacional de YouTube son los primeros pasos importantes para ganar dinero en YouTube. Así, otros miembros pueden comentar sobre los videos que usted publique, y compartirlos en sus *blogs* y en sitios de redes sociales. Si su material adquiere popularidad, usted puede convertirse en “socio de YouTube” y recibir una porción de los ingresos por publicidad que generan sus videos.

Promociónese

Para desarrollar contenido para YouTube que tenga éxito, primero determine cuál es su propósito. Por ejemplo, Si es actor, enfátice sus preferencias y fortalezas en sus videos. Cree y cargue material sobre temas que verdaderamente le interesen. Publique videos de manera consistente. Algunas personas han descubierto que cargar nuevos videos cada semana las ayuda a crear seguidores leales. Si está haciendo videos de negocios para YouTube, establezca metas firmes y diseñe un plan de mercadotecnia. Defina la respuesta ideal que desea del público. ¿Quiere que le compren o que visiten su sitio Web? ¿O acaso se propone crear reconocimiento de su producto? Desarrolle todo su contenido según sus metas. Trate de generar interés entre los navegadores de YouTube en todo el mundo.

“Al promocionar su negocio en YouTube, automáticamente convierte su negocio en parte de una nueva comunidad global”.

Algunas personas publican videos en YouTube con su currículum vitae, pensando que esta táctica los ayudará a sobresalir entre otras personas que buscan trabajo. Sin embargo, esto rara vez funciona. Muchos profesionales de recursos humanos (RH) dedican aproximadamente 10 segundos a revisar cada *currículum* que reciben. No tienen tiempo de buscar y ver un video. Además, en Estados Unidos los reclutadores se exponen a posibles demandas por discriminación laboral si utilizan *curricula* en video como herramienta de contratación. Sin embargo, en algunos ámbitos en los que la “química personal” es importante – por ejemplo, vender, hablar o actuar en público – un currículum en video puede ayudarlo a conseguir trabajo.

Promocione su negocio

Hay compañías en todo el mundo que utilizan YouTube para promocionarse y promocionar sus productos o servicios, pero no transmiten el tipo de comerciales que se ve en televisión. Esa publicidad no atrae al público de YouTube. Las empresas que se promocionan con éxito en YouTube ofrecen videos entretenidos y agradables. Intente desarrollar el material que sus clientes disfrutarán. Los videos con “humor, sexo y parodia” atraen una mayor atención. Piense en incluir estos elementos en sus videos, pero haga una selección de buen gusto. Nunca recurra al “*astroturfing*”, es decir, a desarrollar un “acontecimiento o personaje” fraudulento para promocionar su empresa. A la larga, la comunidad YouTube descubrirá sus tácticas deshonestas, que serán el peor tipo de publicidad para su compañía. Por ejemplo, cuando Unilever, fabricante de los productos para el cabello Sunsilk, trató de engañar al público de YouTube con su falso video *Bride Has a Massive Hair Wig Out*, la gente rápidamente descubrió la farsa. Los “Webisodios” son una gran manera de promocionar sus productos en YouTube. Por ejemplo, Sprint y Suave se unieron para producir una serie de Webisodios llamada *In the Motherhood*, sobre dos hermanas y sus hijos. Las empresas transmiten comerciales cortos al inicio y al final de cada episodio de cinco a siete minutos. Aunque es “patrocinada por un producto”, la serie es un éxito rotundo.

Ascienda al sitio del director

Una vez que decida promocionarse o promocionar su empresa en YouTube, produzca su video en dos pasos:

1. **“Planeación Previa”** – Empiece por investigar lo que están haciendo otras personas en YouTube. Observe las estrategias y técnicas que sí funcionan y aquellas que no tienen ningún efecto. Piense en hacer algo auténtico y divertido. Este es el tipo de contenido que quiere ver el público de YouTube. Piense bien cuál debe ser el mensaje y tono de su video e imagine cómo se verá el video una vez terminado. Planee su proyecto de video en “pasos controlables” y distintos. Asegúrese de que cuenta con los escenarios, accesorios y recursos adecuados antes de iniciar la filmación. Invierta en una cámara de video o videograbadora y en software para editar videos.
2. **“Creación del video”** – Hojee el manual *The YouTube Handbook* para aprender técnicas útiles de cámara, iluminación, sonido y efectos especiales. Prepare un *storyboard*, una herramienta de planeación que describe su video escena por escena. Después de filmar, edite el video cuidadosamente. La buena edición convierte el material filmado inédito en una historia atractiva para el público de YouTube. Aproveche las herramientas gratuitas que ofrece YouTube para mejorar sus videos.

“Considere nichos de sitios para compartir videos si parecen ser adecuados para estos contenidos”.

La mayoría de los contribuidores de YouTube producen sus propios videos. Sin embargo, si carece de tiempo o recursos, puede contratar a profesionales. Cuide que la duración de sus videos sea menor de 3 minutos; un minuto y medio suele ser mucho mejor. Seleccione un título cuidadosamente, pues es una importante herramienta de búsqueda de palabras clave. Su imagen miniatura, el “cuadro fijo que aparece” en respuesta a una búsqueda, es también muy importante. Seleccione una imagen que instantáneamente atraiga a un público. Busque en Google una música de fondo sin regalías para perfeccionar su video. Una vez listo, publíquelo en el sitio Web de YouTube usando el botón “Cargar”. Pronto aparecerá en YouTube – por lo general en cuestión de minutos, aunque en ocasiones puede tomar horas.

Promocione y distribuya su video

Crear un video exitoso en YouTube requiere más que sólo publicar un gran contenido. “No se trata de sólo cargar el video y esperar que la gente venga a usted”, dice David Mullings del canal Realvibez de YouTube. En cambio, promocione su video y atraiga la atención de la gente. No necesita aparecer en la página principal de YouTube para exhibir sus videos. Sin embargo, según George Wright, vicepresidente de Blendtec, compañía que ha hecho famosos videos en YouTube de licuadoras que despedazan teléfonos y otros artículos, sí necesita “estar en la página principal de donde se reúne su público”. Para “sembrar” su video de YouTube en toda la Web y crear comentarios positivos sobre él entre los cibernautas, siga estos pasos:

- **“Comparta el vínculo”** – Distribuya el vínculo de su video en YouTube y en relevantes foros de mensajes.
- **Aproveche las redes sociales en línea** – Su estatus en línea en Facebook puede informar a sus contactos sobre el nuevo video que acaba de cargar en YouTube. Envíe un mensaje de Facebook a un grupo de amigos y pídale que publiquen el video en sus perfiles. Incorpore el video a su página de MySpace y coloque *tweets* sobre él en Twitter.
- **Envíe anuncios por correo electrónico** – Escriba correos electrónicos a sus contactos o a una extensa lista de direcciones de correo e incluya un vínculo a su video de YouTube. Otra opción es agregar el vínculo de su video a su firma de correo electrónico.
- **Utilice su sitio Web** – Muestre el video en la página principal de su propio sitio Web o *blog*.
- **Publique videos de respuesta** – Si le parece apropiado, publique su vínculo como “comentarios de video” en otros videos de YouTube.
- **Optimice la búsqueda** – Utilice las técnicas correctas, como un título atractivo, para que su video llame la atención.
- **Utilice StumbleUpon** – Aproveche el programa de publicidad de esta compañía, que conecta empresas con su público específico. Puede aumentar la exposición de su video.
- **Busque suscriptores** – Responda al público que haga comentarios sobre su video. Invítelo a convertirse en suscriptor.
- **Genere publicidad de boca en boca** – Difunda las noticias sobre su video de YouTube a cuantas personas conozca. La Asociación de Mercadotecnia de Boca en Boca (www.womma.org) ofrece consejos prácticos para usar esta estrategia.
- **Explore otros blogs** – “Busque y monitorice *blogs* que mencionen los temas de su video”. Pídale a los *bloggers* que publiquen su video.
- **Patrocine un concurso de YouTube** – Obtenga publicidad adicional pagándole a YouTube por este servicio. A su vez, YouTube le ayudará a anunciar y a llevar a cabo la campaña.
- **Considere la opción de “difusión pagada”** – Ahorre tiempo al contratar a un profesional que distribuya su video.

Genere ingresos

Si su video se propaga como virus, podría aprovechar esa exposición para atraer patrocinadores o para obtener un posicionamiento de su producto. Puede incluso recaudar capital de riesgo para el arranque. Las páginas de aterrizaje son también una buena oportunidad para ganar dinero. Idealmente, su video en YouTube será tan atractivo, que quien lo vea querrá saber más de usted y de su compañía. Coloque un vínculo en la página de su canal de YouTube para guiar a la gente a una página de aterrizaje o “micrositio” (un “sitio Web especial creado para apoyar una campaña de videos en línea”) que presente sus productos o servicios. Los visitantes deben poder hacer pedidos de artículos desde este sitio. Incluir anuncios en sus videos puede ayudarlo a obtener un ingreso adicional. Google AdSense y otras compañías similares pueden manejar los detalles de ese proyecto. Debido a que YouTube es relativamente nuevo, a menudo aparecen servicios y técnicas innovadoras para generar ingresos.

“El camino para alcanzar el éxito en YouTube no es claro y puede no ser directo”.

Aunque YouTube es el sitio Web más popular para compartir videos, tiene competidores. Otros sitios similares incluyen Yahoo Video, AOL Video, MySpace, Metacafé, Revver, Vimeo, MSN Video, Veoh Network y Hulu. Incluso podría usted considerar la opción de crear su propio sitio Web para compartir videos. De esa manera, no tendría que compartir el ingreso por publicidad con nadie más.

Lo importante

¿Son efectivos los videos de YouTube para incrementar el rendimiento de las empresas? “La respuesta científica es, a veces”. Ogilvy & Mather afirman que su video *Dove Evolution*, que muestra cómo se prepara una modelo para una sesión de fotografía, obtuvo “US\$2.5 millones en valor publicitario”. Las ventas de licuadoras Blendtec se incrementaron un 500% debido a sus extravagantes videos *Will It Blend?*, en los que un científico de bata blanca utiliza Blendtec para pulverizar objetos insólitos. Aunque no todo lo que se anuncia en YouTube tiene resultados tan espectaculares y fáciles de cuantificar, las personas y empresas pueden ahorrar una gran cantidad de dinero en costos de mercadotecnia y posicionamiento de marca utilizando YouTube para sus campañas.

Sobre los autores

Brad y Debra Schepp son autores de 16 libros, incluido *eBay PowerSeller Secrets*. Han sido publicados en *Newsweek*, *Life* y el *Chicago Tribune*.