

CÓMO IMPULSAR TU NEGOCIO CON VIDEO MARKETING



ÍNDICE

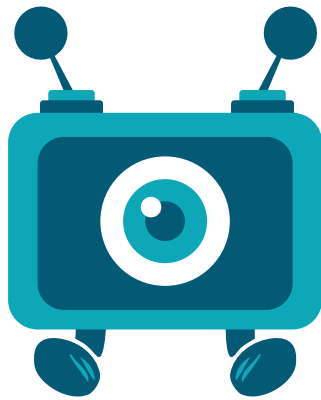
Capítulo 1
Introducción

Capítulo 2
Estadísticas

Capítulo 3
Cómo utilizar el video

Capítulo 4
Despedida





CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Los clientes no compran productos o servicios; compran soluciones a sus problemas.

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan la mayoría de las empresas es explicar, de forma clara y sencilla, qué soluciones ofrecen detrás de sus productos y servicios.

Para conectar con tu audiencia necesitarás desarrollar estrategias de comunicación claras y efectivas. Y aquí es donde entra en juego el video marketing.

A través del vídeo puedes explicar cómo tu producto o servicio resuelve los problemas de tu audiencia de una forma atractiva, entretenida y memorable, en el menor tiempo posible.

Cuando tus clientes vean tu video, se sentirán identificados y entenderán rápidamente lo que puedes hacer por ellos.

Sin embargo, un video será solo poder en potencia si no lo usas de la forma adecuada.

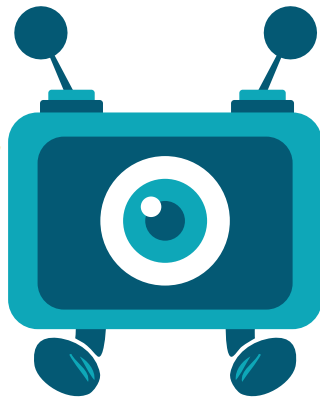


INTRODUCCIÓN

Tienes que ser capaz de brindar la información correcta, a la persona correcta, en el momento adecuado.

¿Cómo puedes sacarle el máximo partido? ¿Cómo deberías optimizar tu estrategia de video marketing?

En esta guía, te vamos a explicar cómo puedes utilizar el contenido de vídeo dentro de tu estrategia de marketing, para impulsar tu negocio y tomar la delantera a tus competidores.



CAPÍTULO 2

ESTADÍSTICAS



ESTADÍSTICAS

Como dijo Peter Drucker **“lo que no se mide no se puede mejorar”** y no hay mejor indicador de que algo funciona que los datos. Los números no mienten.

A continuación puedes ver una recopilación de estadísticas de video marketing actualizadas a 2021 (fuente: Wyzowl).

★ El 96% de las personas ha visto un video explicativo para obtener más información sobre un producto o servicio.

★ El 87% de los especialistas en marketing dicen que el video, en general, les brinda un buen retorno de su inversión.

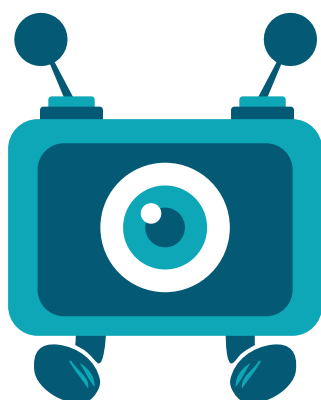
★ El 94% de los marketers asegura que el video ayuda a que los usuarios comprendan mejor su producto o servicio.

★ Más del 99% de las personas que usan videos para marketing dicen que continuarán usando videos en 2021.



Sin embargo, la realidad es que tener un video no es garantía de éxito. Los resultados que obtengas dependerán principalmente de 2 factores: la calidad del video y el uso que le des para conseguir tus objetivos.

En el siguiente capítulo te daremos las claves para utilizar tus videos de forma coherente para impulsar tu negocio.



CAPÍTULO 3

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO



CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

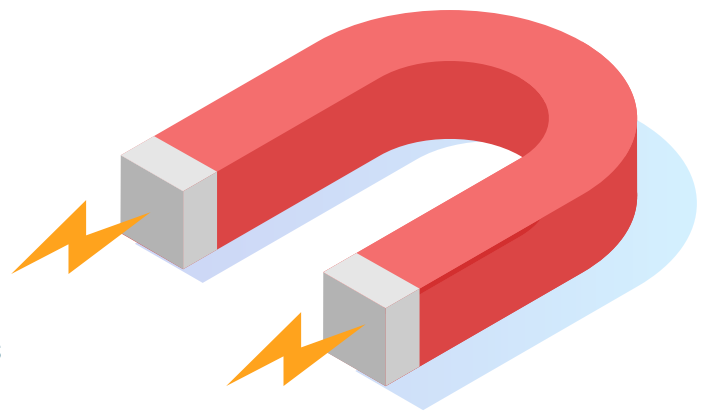
Un vídeo bien hecho puede tener un gran impacto en la atracción, educación y conversión de nuevos clientes potenciales.

A continuación, te ofrecemos una selección de buenas prácticas para que puedas beneficiarte del video en cada una de las etapas del funnel de marketing, teniendo en cuenta el recorrido de compra de tus clientes.

5.1. Etapa de atracción

En este punto del recorrido, tus clientes potenciales están identificando y tomando conciencia de sus desafíos. Buscan soluciones.

Tu objetivo será captar su atención y atraerlos con información práctica sobre cómo les ayudas a solucionar sus problemas o necesidades, con el fin de convertirlos en leads.



En la etapa de atracción tienes que centrarte en ayudar y educar a tu audiencia, generar expectación e incluir una llamada a la acción para que pasen a la siguiente etapa.

El call to action podemos realizarlo dentro del video o en la landing page en la que tengamos integrado nuestro video (o mucho mejor en los 2 sitios).

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

A continuación te mostramos varios ejemplos de uso del video en esta etapa:

Spots Publicitarios.

Da rienda suelta a tu creatividad e integra videos animados cortos a tu estrategia que generen curiosidad en tus clientes potenciales y les incite a saber más.

Video Explicativos Animados.

Una herramienta muy potente que podremos usar tanto en esta etapa como en las etapas de conexión y conversión. Para no repetirnos la veremos más en profundidad en la siguiente etapa.



Ejemplo: Spot publicitario



Ejemplo: Video Educativo

Video educativos.

Posiciónate como un experto en un tema relacionado con tu negocio. No te limites a vender tu producto o servicio, aporta valor con información útil y relevante para tu público objetivo. Si les gusta la información que les ofreces, es muy posible que quieran saber más.

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

5.2. Etapa de conexión

En este punto del recorrido, tus clientes potenciales tienen más información sobre sus problemas o necesidades, conocen las soluciones que se encuentran disponibles en el mercado y comienzan a explorarlas.

Tu tarea es seguir ofreciéndoles contenido de video relevante y posicionarte como la solución que necesitan para resolver sus problemas.

En esta etapa debes incentivarlos para que interactúen con tu marca, y guiarles para que den el paso a la siguiente etapa. Recuerda que el call to action es esencial.

Destaca sobre tu competencia utilizando el video de estas maneras:

Videos Explicativos Animados.

Aprovecha el poder del storytelling. Explica en 90 segundos o menos cómo tus clientes potenciales pueden solucionar sus problemas utilizando tus productos o servicios y enséñales cómo se sentirán después de haberlos adquirido. Uno de los formatos más demandados por su efectividad y polivalencia.



Ejemplo: Video Explicativo Animado

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

Videos Demostrativos

Promocionales.

No lo digas, demuéstalo. Acaba con la complejidad y facilita la comprensión al mismo tiempo que promocionas tu producto o servicio.

Los vídeos animados demostrativos ayudan a tus clientes potenciales a entender cómo funciona tu producto o servicio y sus beneficios.



Ejemplo: Video Demostrativo Promocional

5.3. Etapa de conversión

Tus leads se han convertido en clientes potenciales. Han conectado e interactuado con tu marca y ha llegado la hora de convertirlos en clientes.

El contenido de video correcto puede ser el punto de inflexión para que tus clientes potenciales decidan elegir tu empresa en lugar de otras opciones.

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

Destaca sobre tu competencia utilizando el video de estas maneras:

Videos de Agradecimiento y/o Seguimiento.

Genera compromiso y confianza. Una vez hayas recibido una petición de presupuesto o enviado una propuesta a un cliente potencial, puedes enviarle un vídeo de agradecimiento y/o seguimiento para hacerle saber que estás a su disposición.



Ejemplo: Video de Agradecimiento

Videos FAQ.

Identifica las principales objeciones u obstáculos que recibe tu equipo comercial al intentar cerrar ventas, y en base a esos resultados, produce un video animado que cubra todos estos puntos de dolor y demuestra cómo tu producto o servicio los aborda.

Gran parte del contenido de video que has generado en la etapa de conexión, puede encajar y reforzar tus esfuerzos de ventas en esta etapa ¡exprímelo!. Es posible que algunos clientes potenciales no hayan visto tu video explicativo animado. No te cortes, envíaselo, probablemente resolvera muchas de sus dudas.

CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

5.4. Etapa de deleite

La finalidad de toda empresa es convertir clientes satisfechos en embajadores de la marca. Y, eso es justo lo que buscamos en la etapa de deleite.

La idea es que esos nuevos clientes que tanto te ha costado conseguir, sigan nutriéndose con contenido relevante que les ayude a mejorar sus vidas aún después de la compra.

El viaje no termina en la compra del producto o servicio, sino que es solo el principio.

Si tus clientes perciben que obtienen una gran experiencia, se convertirán en clientes habituales y es muy probable que atraigan a otros nuevos clientes con sus recomendaciones.

Si consigues este resultado y lo mantienes en el tiempo, habrás dado con la clave para crecer de forma exponencial. Tu negocio generará más beneficios con menos esfuerzos y recursos.



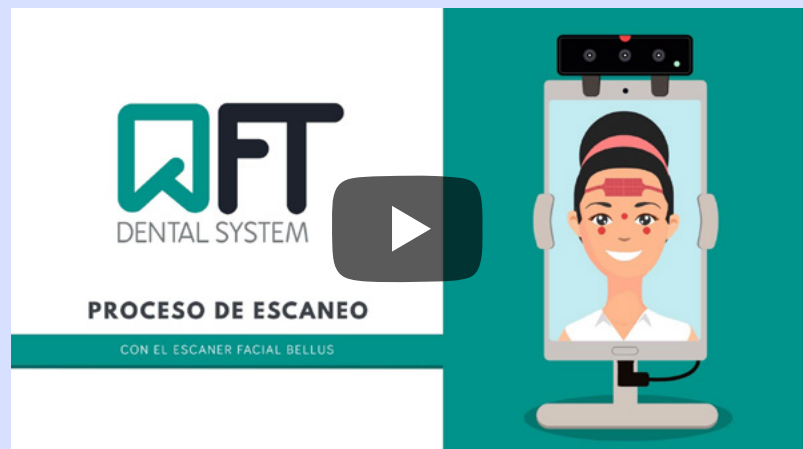
CÓMO UTILIZAR EL VIDEO

Los tipos de videos que puedes utilizar en esta etapa son:

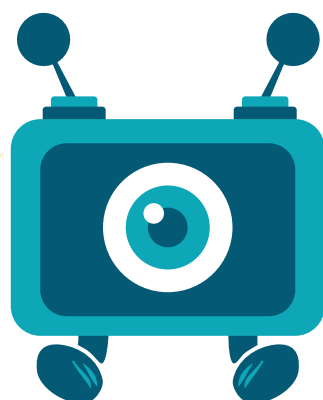
Videos de agradecimiento postventa.

Videos sobre próximos pasos.

Videos educativos postventa.



Ejemplo: Video Educativo Postventa



CAPÍTULO 4

PENSAMIENTOS FINALES



PENSAMIENTOS FINALES

Si todo esto es nuevo para ti, puede que te sientas un poco abrumado o abrumada en este momento. No te preocupes, ¡es completamente normal!

Lo importante es dar el primer paso.

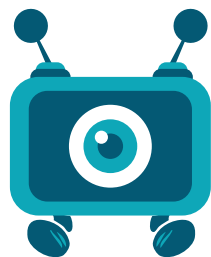
Con un poco de práctica y paciencia, serás capaz de desarrollar una estrategia de video marketing que funcione para tu negocio.

¡Es hora de hacer del video una parte clave de tu estrategia de marketing!

Esperamos que este e-book te haya resultado útil y entretenido.

¡Hasta la próxima!

¡Gracias!



OPERARY

We love making videos

Somos una productora de videos animados dedicada a ayudar a profesionales y empresas a simplificar y clarificar su mensaje.

No nos limitamos a desarrollar solo la parte de diseño y animación, si no que aportamos valor creando contenido que realmente resuena con la audiencia de nuestros clientes y esté alineado con sus objetivos de negocio.

Sabemos lo difícil y frustrante que es no encontrar un partner creativo, comprometido y que aporte soluciones eficientes. Nosotros conocemos esa situación, y sabemos cómo ayudarte.

¡No pierdas más tiempo y dinero!

Si tu marca tiene algo que decir, nosotros te ayudamos a contarlo bien.

Llámanos o programa una reunión.

