

Ed.2

# 17 TIPS

LANZADERA



Vídeo Marketing sin  
gastarte un duro.

¡Ojo! No estamos diciendo que no sea necesario un equipo técnico de vídeo, de hecho, nosotros contamos con un profesional del audiovisual en el equipo, pero queremos contaros algunas cosas que hemos aprendido a través de esta estrategia y con poquito presupuesto, así que... tú también puedes.





Importancia del Vídeo Marketing.  
Pág04

Herramientas.  
Pág08

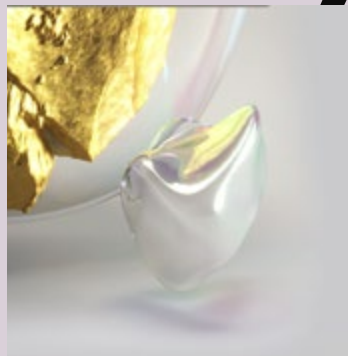
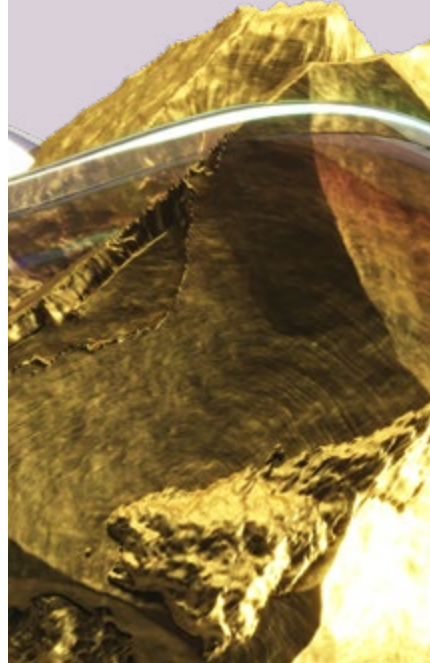
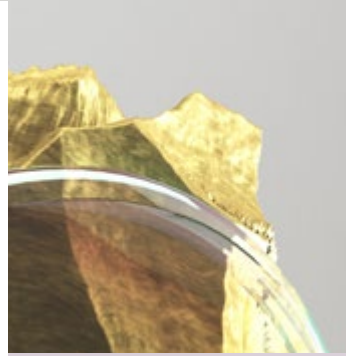


Hacerlo barato, es posible.  
Pág16

Tendencias 2020-21.  
Pág27



# Importancia del VÍdeo Marketing.



# Importancia del VÍdeo Marketing

El Vídeo Marketing es una herramienta muy útil para lograr diferentes objetivos de la estrategia de marketing, como puede ser promocionar una marca, servicio o producto.

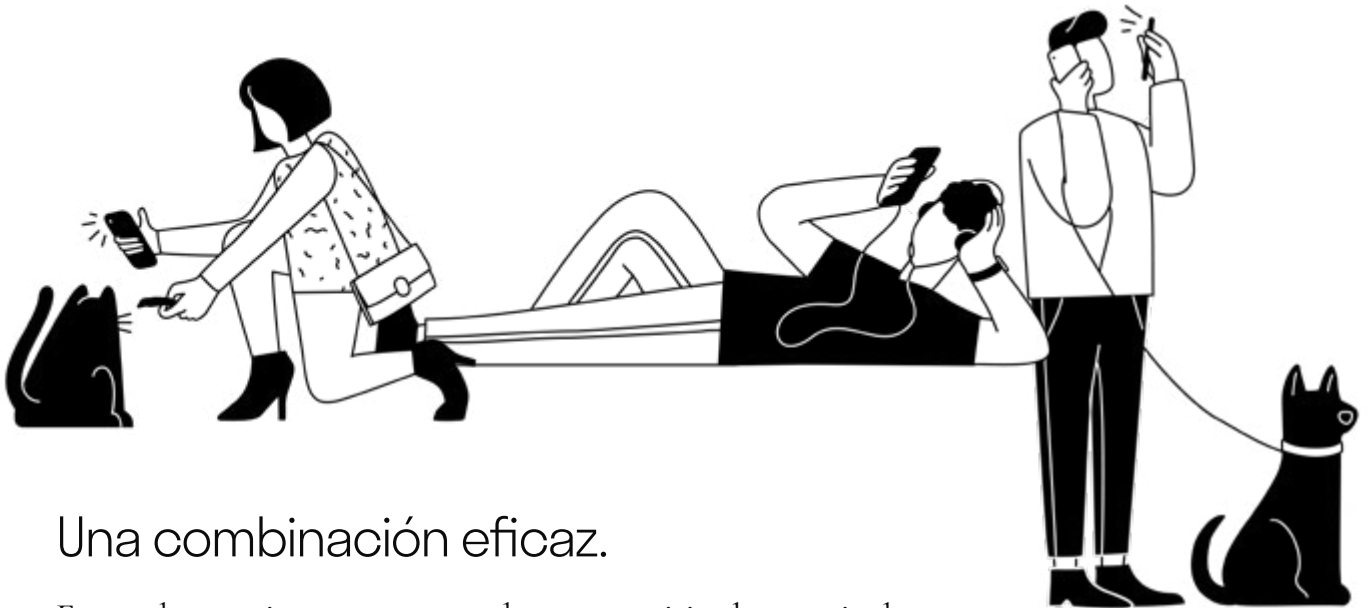
Esta herramienta ha evolucionado y crecido notablemente gracias a Internet y Social Media.

Según un estudio de HubSpot, el 96% de los consumidores de vídeos se encuentran en el intervalo de edad de 18-34. Además, consumen de media un vídeo al día.

# Pero... ¿Cuáles son las ventajas de una campaña de Vídeo Marketing?

## Más engagement.

¿Sabías que un minuto de vídeo equivale a 1.8 millones de palabras? El formato vídeo te permite transmitir ese mismo mensaje que podría estar escrito en un papel, de la forma más original. Si los contenidos están trabajados mediante un storytelling y bien estructurados, un vídeo te permite llegar a las emociones de los usuarios. La decisión de compra de los consumidores se ve muy alterada tras la visualización de un vídeo. De hecho, hablamos de un 64%.



## Una combinación eficaz.

Es una herramienta que te ayuda a transmitir el mensaje de forma más clara. ¿Por qué? Con el vídeo estamos incorporando copias, imagen, música e incluso puede que voz. Este combo hace el impacto infinitamente más eficaz y atractivo. Recuerda: una imagen vale más que mil palabras.

## Fácil consumo.

El vídeo además, es un material que el usuario consume de forma fácil y cómoda. Todos tenemos claro que requiere menos esfuerzo prestar atención a un vídeo incluso puede que su visualización la asociemos al ocio.

## El poder del sharing.

No vamos a negar que cuando llega el veranito, estamos pendientes de ver el spot de determinada marca de cerveza, empaparnos del mensaje y luego compartirlo en nuestras redes. No sólo por el mensaje, si no por la imagen, la música... ¡todo cuadra! Compartir vídeos que representan las cualidades que nos gustan, nos hace partícipes del mensaje. Los vídeos son fáciles de compartir y eso aumenta su visibilidad y el número de impactos.

## Mayor conversión.

Trabajar el Vídeo Marketing de la marca aumenta la conversión. Esto es un hecho, los vídeos nos ayudan a la decisión de compra y nos da la oportunidad de mejorar el aspecto y funcionamiento de nuestro producto/servicio.

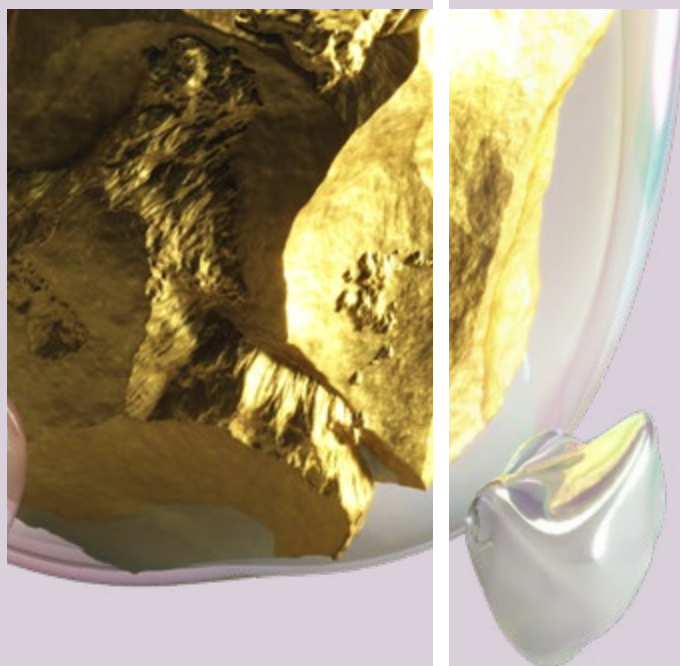
## Posicionamiento.

Los vídeos de YouTube se posicionan en las primeras páginas de resultados de Google. Gracias al posicionamiento SEO, aumenta el tiempo de permanencia en la página debido a la reproducción del vídeo, además, si nuestros usuarios la comparten, todo el tráfico irá a nuestra web (hablamos de tráfico de referencia). Los anuncios de 6 segundos de YouTube generan un aumento de los mensajes de marca de más del 30%.





Herramientas.



+





# Las herramientas más usadas.

Estas son algunas de las herramientas más utilizadas en cuanto a edición y producción de vídeos. Te contamos cuáles son las diferencias de cada una de ellas.

Final Cut  
Premiere Pro  
After Effects  
Adobe Premiere Rush  
Shakr  
Wistia  
VideoScribe  
Wave.vídeo  
Cameo  
YouTube Studio  
Windows Movie Maker  
Vidyard  
Powtoon  
Quicktime player  
PlayFilm

## EDICIÓN

# FinalCut.

Empecemos por la que muchos usuarios catalogan como la mejor herramienta del Video Marketing.

Esta herramienta está pensada para editores profesionales debido a todas sus posibilidades y funcionalidades avanzadas. Hablamos de edición, audio, gráficos animados y exportación. Además, podemos hacer grabación de color avanzada compatible con HDR y ProRes RAW, edición de vídeos 360 y nos permite la visualización con gafas de Realidad Virtual.

Puedes descargar una versión de prueba de Final Cut durante un mes. Transcurrido ese mes, es de pago.

↓ Captura Final Cut.



## EDICIÓN

# Premiere Pro

Últimamente este software está tomando más relevancia, no por el programa en sí, si no por el paquete que ofrece Adobe en general ya que da la posibilidad de pasar por todas las etapas de la producción de un vídeo (sonido, montaje, 3d, animación, color...) sin salir de Adobe y dentro de un mismo proyecto. Esto ofrece un proceso de trabajo mucho más fluido, coherente y eficaz.

Esta es por la que apostamos nosotros en Marina de Empresas. Es el una de las principales herramientas de edición de vídeos para películas, TV y web.

Las herramientas creativas, la integración con otras aplicaciones de Adobe y la eficacia de Adobe Sensei te ayudan a crear rápidamente un trabajo de gran calidad.

Edita secuencias en cualquiera de los formatos actuales, como el 8K y la realidad virtual. Además, distribuir contenido optimizado para cualquier pantalla o plataforma se ha convertido en algo rápido y sencillo de hacer.

Al igual que el anterior, este también tiene diferentes planes de pago, aunque puedes testear el programa con su versión gratuita de 7 días.

## POSTPRODUCCIÓN/EDICIÓN

# After Effects

Seguramente este programa suponga la síntesis entre hacer cosas guays y no necesitar prácticamente nada: un ordenador, tiempo y ganas. Ni siquiera necesitas un vídeo grabado sobre el cuál editar, si no que eres tú quien produce la imagen. La animación y los motion graphics son un lenguaje que se le hace muy atractivo al usuario de forma que es muy fácil vender tu marca de forma atractiva y dinámica. Si bien este es un programa inacabable y basto, también es cierto que con unas nociones mínimas y un poco de gusto se pueden conseguir resultados muy logrados y atractivos.

CREACIÓN / EDICIÓN

# Adobe Premiere Rush

Esta herramienta también ofrece muchas funcionalidades avanzadas para editores avanzados, y además, ¡es gratis!

Te permite crear y editar vídeos directamente en tu móvil (Android o iOS). Después, puedes compartirlos directamente en las redes sociales o sincronizarlos con tu ordenador a través de Adobe Creative Cloud. Cuando los abres en la versión de ordenador, puedes editarlos con las mismas herramientas de Premiere Pro CC que usan los profesionales. Así, con esta herramienta de Vídeo Marketing es muy fácil conseguir un resultado de apariencia profesional. Puedes ajustar la exposición, nivelar los volúmenes de sonido, añadir efectos de cámara lenta y mucho más. Puedes descargar Adobe Premiere Rush gratis en iTunes y Google Play. Para acceder a todas las herramientas necesitarás tener Creative Cloud, ya sea en versión gratis o de pago.



↑ Captura Adobe Premiere Rush

CREACIÓN / EDICIÓN

# Shakr

Si lo que buscas es crear vídeos para Facebook, ¡Shakr es tu herramienta! Así se definen ellos mismos. Además, está disponible para móvil y ordenador.

Con Shakr, puedes escoger plantillas de vídeo creadas por diseñadores profesionales o crear las tuyas propias. Además, en solo 5 minutos puedes tener tu vídeo listo para su lanzamiento. Esta plataforma es de pago (existen diferentes planes), pero puedes solicitar una prueba de testeo gratuita.

CREACIÓN / EDICIÓN

# Cameo

Estamos ante una app de iOS. Nos permite grabar y editar desde nuestros móviles, además de forma gratuita.

POSTPRODUCCIÓN/EDICIÓN

# Wistia

Wistia es otra plataforma de vídeo, pero... ¿qué es lo que la diferencia de las demás?

Con Wistia podemos obtener análisis de cuántos usuarios dejan de ver tu vídeo, si lo volvieron a ver de nuevo o si se saltaron alguna parte. Además, nos permite mediante un test A/B averiguar cuál de nuestros vídeos está funcionando mejor.

Aunque la versión más completa es de pago, las funcionalidades básicas son gratuitas.

EDICIÓN

# VídeoScribe

¿Has visto alguna vez algún vídeo explicativo en pizarra con dibujos? Seguro que sí. Si te gustan, el programa que buscas es este.

Solo seleccionando las imágenes, texto, música o voz en off tu vídeo estará listo. Fácil, ¿verdad?

Puedes usar la versión de prueba gratis durante 7 días. Después, tendrás que escoger uno de sus planes de pago.

EDICIÓN

# Wave.video

Perfecta para stories de Instagram aunque también disponible en versión ordenador. Contiene diferentes templates, vídeos stock y permite combinar todos tus archivos para montar una pieza top.

Su versión gratuita contiene marca de agua. Pero estate atento, suelen hacer buenos descuentos en todas las tarifas anuales del primer año de uso.

[Página con métricas de Wistia →](#)



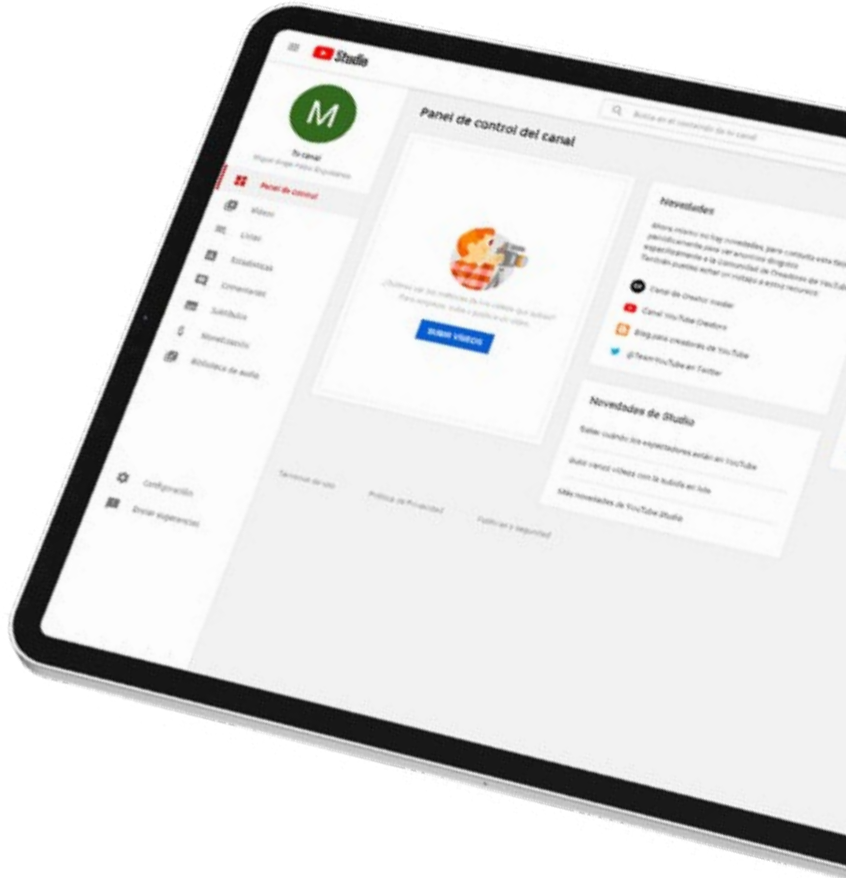
EDICIÓN

# YouTube Studio

Esta herramienta que nos ofrece YouTube de forma gratuita nos permite únicamente la edición de vídeo ya existente, como realizar cortes, efectos, retoques de color o audio, añadir tarjetas y CTA, subtítulos, cámara lenta o time-lapse.

Muchos de vosotros la conoceréis. Si tienes un iPhone o un Mac puede que te interese, ya que viene preinstalada de serie en nuestros dispositivos. Nos permite editar nuestros vídeos aunque quizás eches en falta alguna funcionalidad, puesto que es algo básica, pero siendo gratuita no está nada mal.

↓ Aplicación web YouTube Studio.



EDICIÓN

# Windows Movie Maker

Este podría ser el programa de edición más utilizado por todos nosotros, sobre todo cuando éramos más pequeños, puesto que era muy sencilla e intuitiva. Es gratuita aunque ahora ha sido sustituida por la aplicación Fotos a partir de Windows 10.

EDICIÓN

# Vidyard

En marketing, sabemos de sobra que cerrar una venta no es nada fácil, que tenemos que conectar con nuestra audiencia. Vidyard te permite personalizar esos vídeos dependiendo del usuario al que va dirigido con su nombre u otros detalles.

Los precios oscilan mucho en función de las funcionalidades que busques, pero algunas de ellas son gratuitas.



CREACIÓN

# Powtoon

Permite crear tus vídeos y presentaciones animadas dándoles un aire parecido a las caricaturas. Además, contiene muchas plantillas y presets que hacen su uso bastante sencillo. Tiene tarifa gratuita, aunque incluye marca de agua (deberás contratar el Plan Pro para deshacerte de la misma).

REPRODUCTOR

# Quicktime Player

Es un programa predeterminado en Mac, aunque tiene versión para Windows. Permite visualizar, editar y guardar archivos de audio y vídeo. Es gratuita.

VÍDEO MARKETING

# PlayFilm

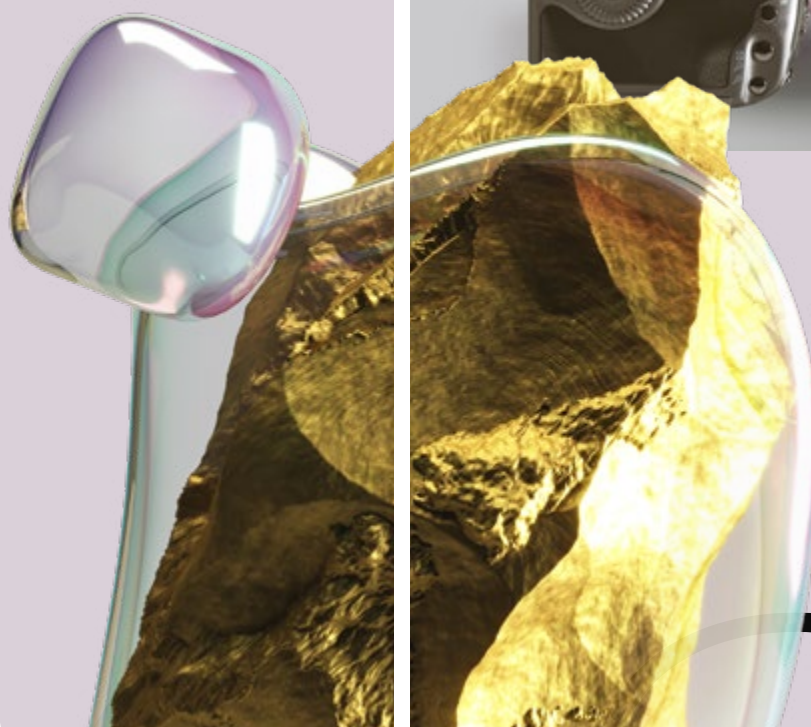
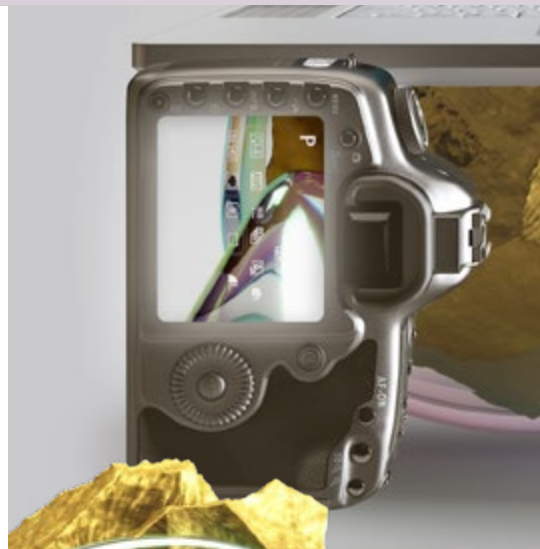
Mediante esta plataforma podrás crear vídeo quizzes. Son un tipo de juego en el que a través de un vídeo, puedes poner a prueba los conocimientos de tus clientes o followers sobre un determinado tema. Te ayudará además de a darles contenido en RRSS, a captar más leads.



↑ Imagen promocional de PlayFilm.



Hacerlo barato  
es posible.



€

~~03~~

# Hacerlo barato es posible.

100% garantizado. Da igual el tipo de vídeo en el que estés pensando, puedes hacer con poco o ningún presupuesto y conseguir los resultados que deseas.

Desde el Departamento de Marketing de Marina de Empresas siempre hemos apostado por hacer poca inversión en material audiovisual, y los resultados de nuestras campañas te sorprenderán. Te contamos algunos ejemplos, para que te lo acabes de creer.

## CASOS DE ESTUDIO

**Corporate Acciona.  
Smart Cities.**

+info:

**Tipo de vídeo:** Campaña lanzamiento.

**Objetivo:** Buscar startups que innoven en los procesos de creación de Smart Cities de la mano de Lanzadera y Acciona.

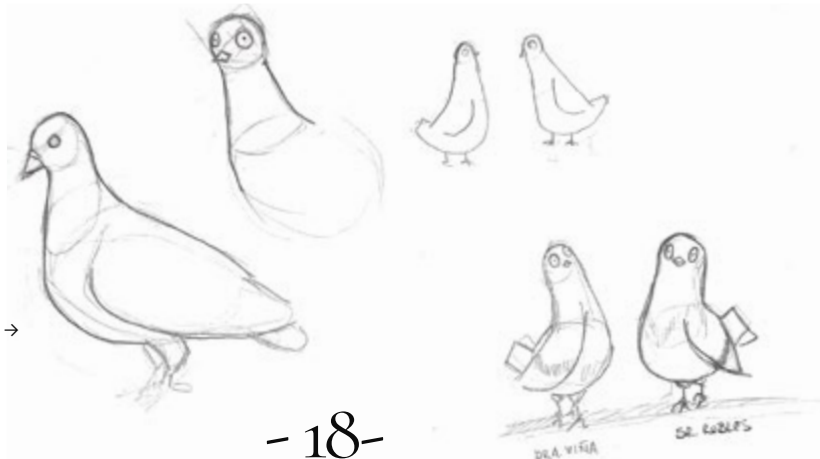
**Proceso creativo o de brainstorming:** Como para cada campaña, hicimos una reunión de brainstorming en la que lanzamos todas nuestras ideas más locas y sin frenos. Después de una horita lo teníamos claro: las palomas. Queríamos que las expertas en ciudades fueran las protagonistas y nos dieran una lección de por qué nuestro modelo de ciudad no era eficiente.

## ¿Cómo lo íbamos a hacer?

01/ No teníamos tiempo de grabar palomas de la calle para representar los distintos escenarios, por tanto, decidimos investigar en Envato Elements. Es una plataforma de vídeos de stock, entre otras funcionalidades, de la que somos suscriptores.

02/ Una vez encontramos el material audiovisual que nos interesaba, hicimos los copies del vídeo. Buscábamos dos palomas que dialogasen, una sería la experta y otra tendría un tono más cómico. Hasta aquí, todo casero, hablamos de 0 euros.

Storyboard de la idea inicial. →



- 03/ Era el momento de buscar quién daría voz a estas palomas. Nosotros encontramos investigando en Internet un estudio que se llama Sonoarte. La verdad que acabamos muy contentos con el resultado de ambas voces, y la agilidad y rapidez de su trabajo. Este era el único esfuerzo económico que nos supondría esta campaña.
- 04/ Era el turno de la música. Tenemos cuenta en la plataforma Artlist.io (nosotros tenemos el plan Music, 16'60\$/mes) y resulta útil por la cantidad de playlists y géneros musicales que contiene la plataforma y debido al volumen de producción de vídeos que tenemos, nos viene muy bien salir del banco de música gratuito de YouTube con el que trabajábamos antes. La música acabó siendo un vals. No podría encajar mejor esa sobriedad con el estilo del vídeo.
- 05/ Una vez que teníamos todo montado, nos faltaría pensar en la línea gráfica del vídeo. Sería en B&W y con una tipografía de lo más elegante. Lo editamos con Adobe Premiere Pro hasta obtener el vídeo que queríamos.

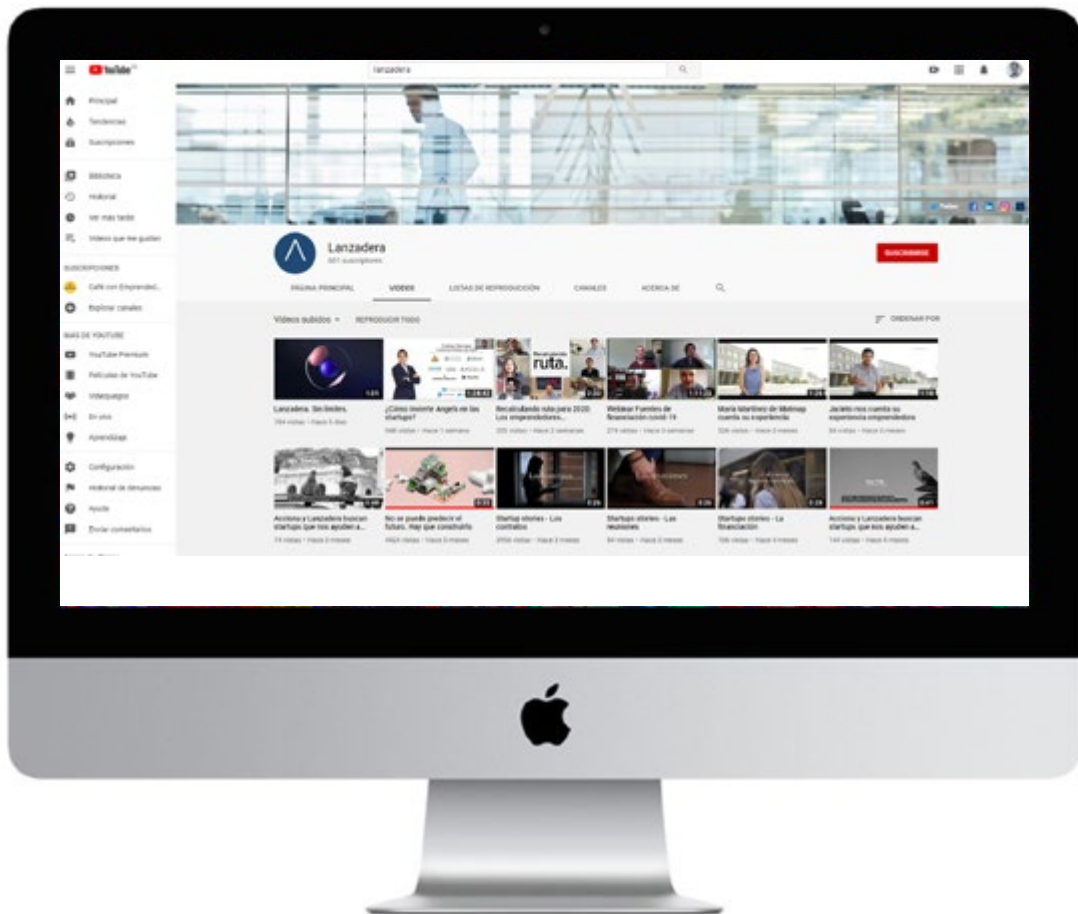


↑ Frame del vídeo en YouTube.

06/ Adaptamos los formatos a las distintas redes sociales: stories de Instagram (1127x2008), Feed de Instagram (1080x1080), LinkedIn (1200x630) y Twitter (1024x512).

07/ Y... listo para su lanzamiento.

↓ Captura de YouTube Lanzadera: youtube.com/lanzaderaTV



## Resultados:

🎥	<b>Visualizaciones en redes.</b>	+3500
🕒	<b>Duración media de las visualizaciones.</b>	28s
👁️	<b>Visitas a la landing page.</b>	22.000

## CASOS DE ESTUDIO

# Corporate Mercadona. *“El futuro no se puede predecir. Hay que construirlo”*

**Tipo de vídeo:** Campaña lanzamiento.

**Objetivo:** Encontrar proyectos que sean capaces de contribuir al desarrollo sostenible de la cadena alimentaria.

**Proceso creativo:** bastó con una reunión de brainstorming en la que pusimos en común cómo representar de forma gráfica ‘el Mercadona del futuro’.

**La solución:** presentar los diferentes escenarios de mejora en las áreas de alimentos saludables, métodos de pago, espacios en tienda y transporte. Queríamos una simulación de ciencia ficción que representara cómo imaginábamos que sería realizar la compra dentro de 30 años.

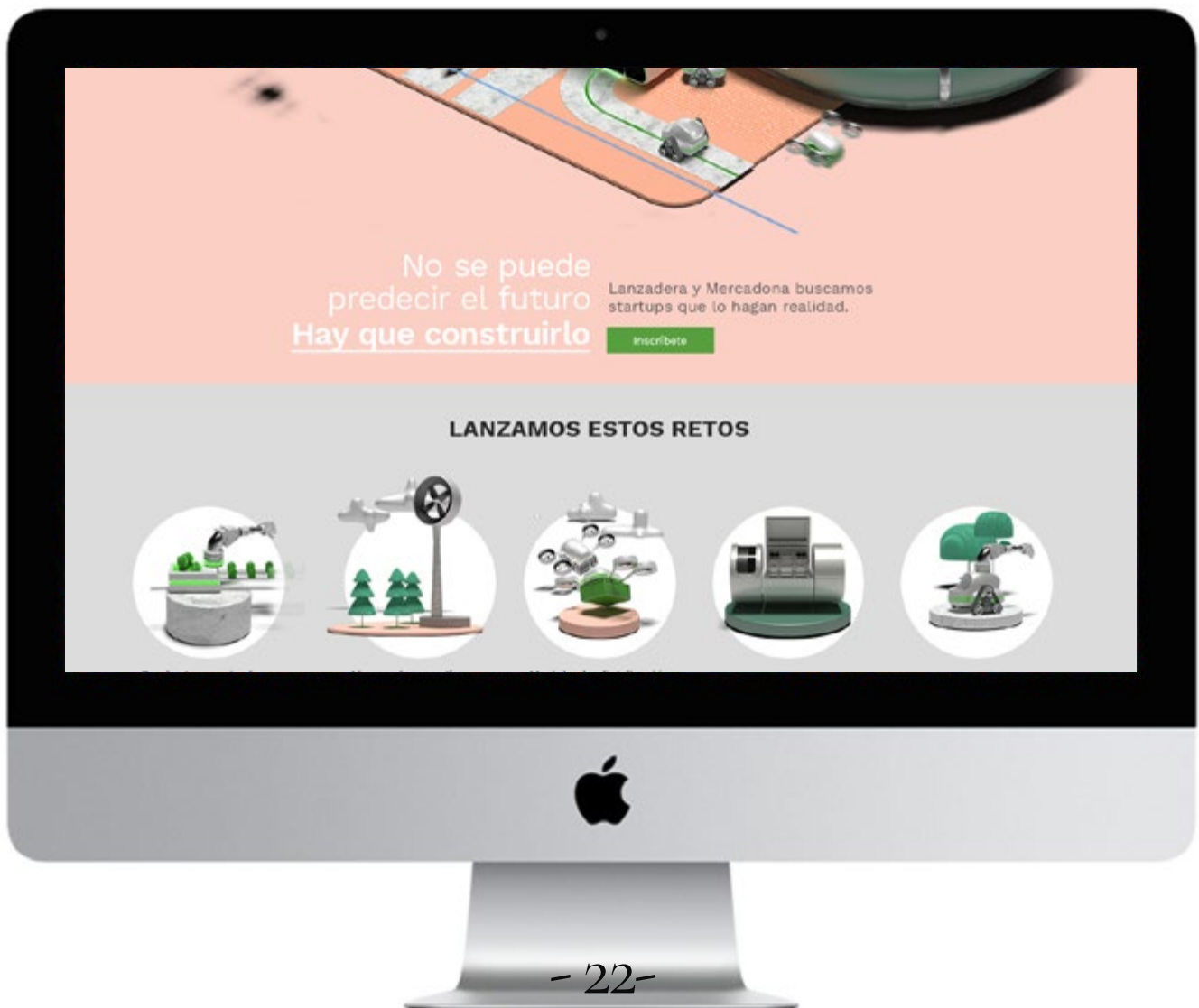
## ¿Cómo lo íbamos a hacer?

01/ Recrear el supermercado del futuro. Lo primero que teníamos que hacer era crear toda esa plataforma virtual mediante 3Ds con el programa 3DMax, puesto que queríamos hacerlo muy nuestro. Todo dependería de los render que quisiéramos hacer y el grado de perfeccionamiento que estuviésemos dispuestos a alcanzar.

Necesitábamos recrear la tienda, los consumidores, los trabajadores y todos esos avances que visualizábamos para el supermercado del futuro, con drones y otros mecanismos de domótica/robótica.

- 02/ Elegir la perspectiva. Teníamos el tipo de vista que queríamos representar en nuestro plano y elegimos la perspectiva caballera, debido a la estética visual que proporcionaba.
- 03/ Darle animación. El siguiente paso era animar todas estas capas en Photoshop y acabar de darles vida a todos estos elementos con Adobe After Effects y Premiere (como os hemos dicho, el programa con el que editamos nuestros vídeos).
- 04/ Los mensajes. Creamos los copios con la información esencial, pues la imagen ya hablaba por sí sola. Solo plantearíamos el reto.
- 05/ ¿Música? En esta ocasión llegamos a la conclusión que desviaría la atención del resto de elementos. Por eso, finalmente decidimos incluir efectos de sonido al clip. Estos efectos de sonidos para texto y otras animaciones los descargamos de YouTube (exentos de copyright).

↓ Landing de campaña en la web de [lanzadera.es](http://lanzadera.es)





06/ Ya con la pieza aprobada por todos, la adaptamos a los diferentes formatos para redes sociales: stories de Instagram (1127x2008), Feed de Instagram (1080x1080), LinkedIn (1200x630) y Twitter (1024x512).

07/ ¡A lanzar!



↑ Frame del vídeo en YouTube.

## Resultados:

🎯	<b>Visualizaciones en redes.</b>	+35.000
🕒	<b>Duración media de las visualizaciones.</b>	27s
👁️	<b>Visitas a la landing page.</b>	36.615

## CASOS DE ESTUDIO

**GRADOS.*****“Administración y Dirección de Empresas. Ingeniería y Gestión Empresarial”***

**Tipo de vídeo:** Le toca el turno a EDEM, la Escuela de Negocios de Marina de Empresas. Esta vez, hablando de una acción dirigida a nuestros grados universitarios. Vídeo producto.

**Objetivo:** Captar alumnos para cualquiera de nuestros grados universitarios. Hacer nuestra oferta formativa junior más atractiva al potencial cliente.

**Proceso creativo o de brainstorming:** Estandarizar nuestra cartera de productos creando una línea gráfica que representara y respaldara la nueva imagen de EDEM 2020 ([alineada con la nueva web](#)).

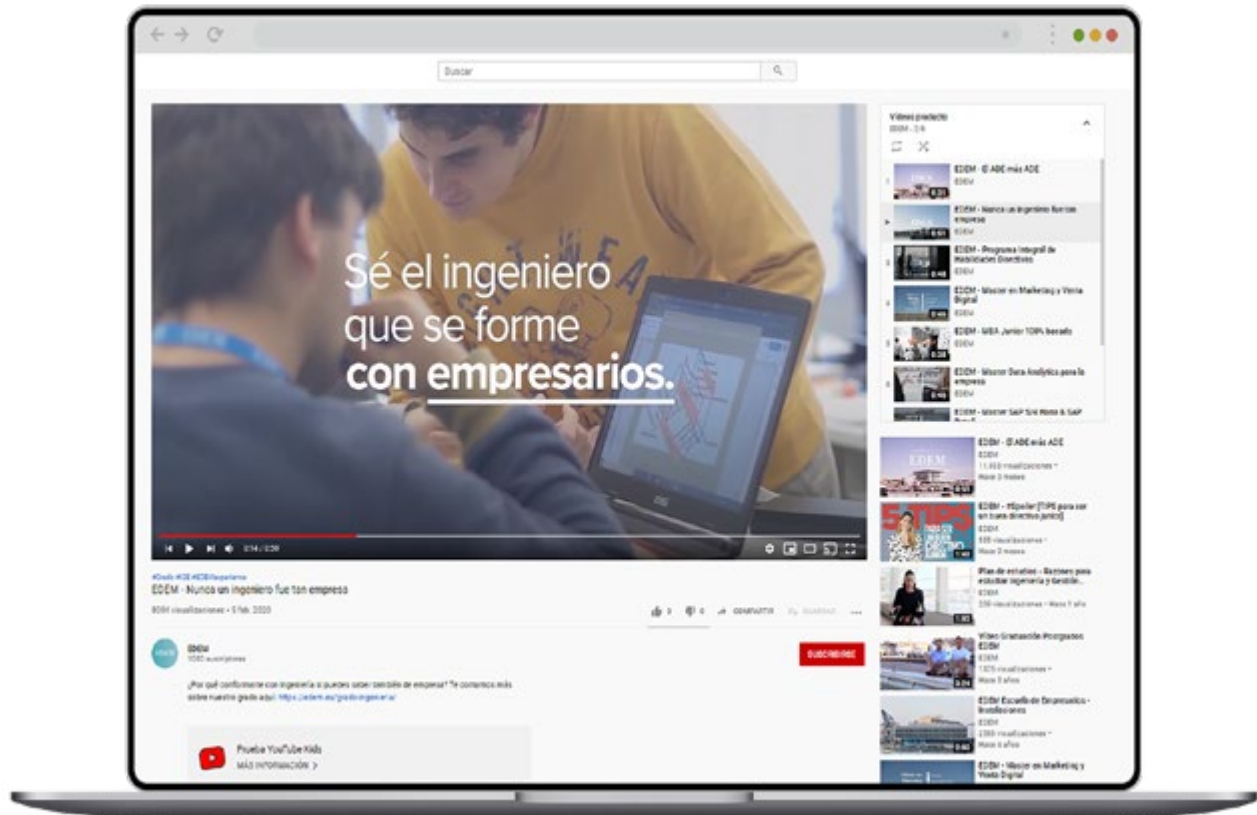
**La solución:** Creación de elementos comunes de marca y segmentación por público respecto a la tipografía, la música y la el tono del mensaje.

## ¿Cómo lo íbamos a hacer?

- 01/ Para comenzar, necesitábamos material de vídeo propio. ¿Cómo íbamos a representar la realidad de EDEM con vídeos de recurso? Teníamos que sacar la cámara y para ello organizar sesiones de foto y vídeo con alumnos de nuestra escuela con este perfil para obtener estos frames.
- 02/ Organizamos grupos de alumnos en distintas localizaciones de EDEM, aquellas que representasen el día a día dentro de la escuela y... a grabar.

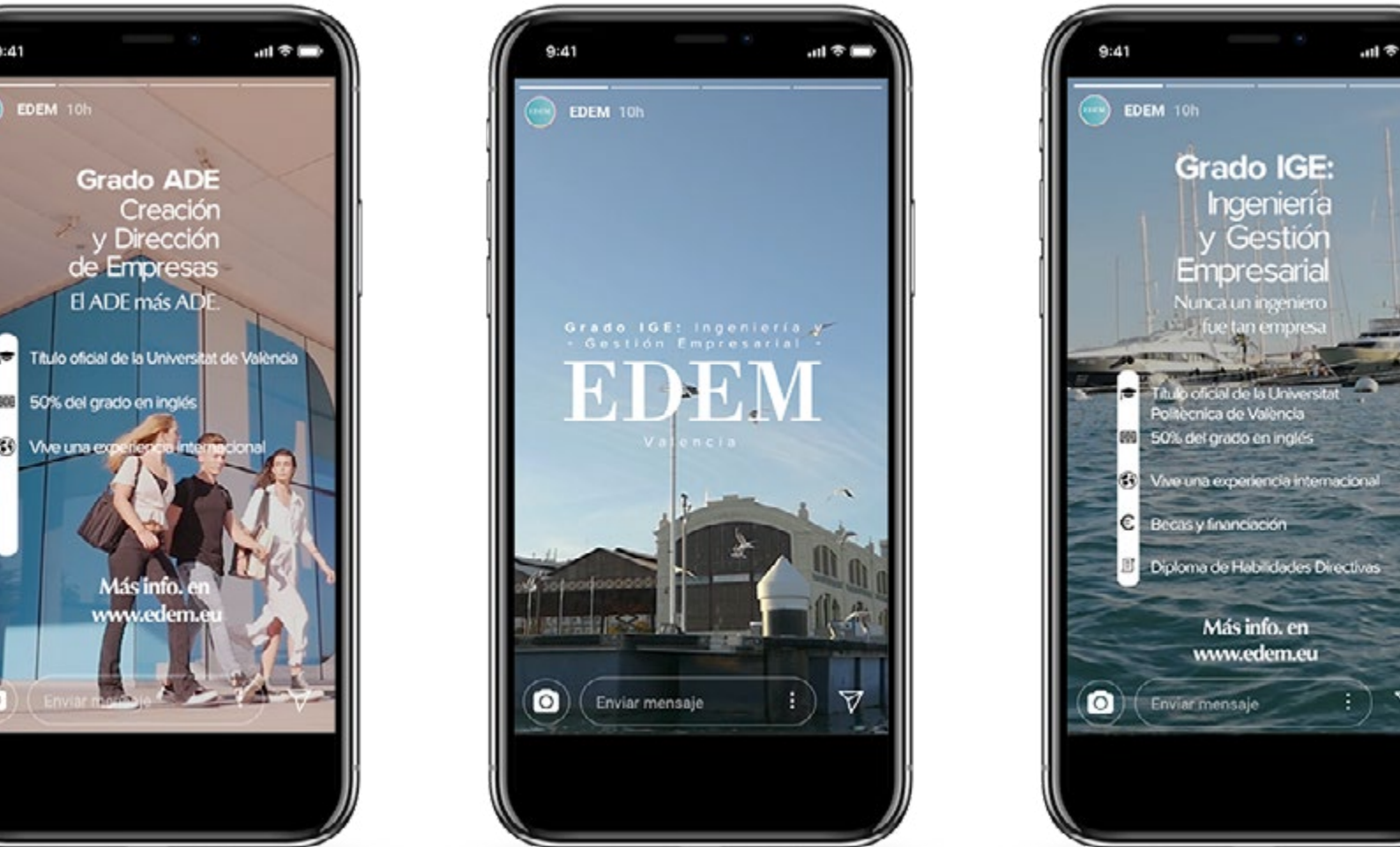
- 03/ Cuando teníamos los planos (siempre pensando en planos abiertos que permitieran adaptar luego el vídeo a formato stories), nos pusimos con los copies. El mensaje tenía que quedar claro y debíamos potenciar aquello que nos hacía distintos a la competencia.
- 04/ Una vez teníamos el mensaje claro, nos faltaba la música. Una canción que conectase con esos adolescentes de 16 a 18 años (como siempre, de Artlist.io).

↓ Captura de YouTube - Vídeo Producto Grado IGE.



- 05/ La línea gráfica debía ser una tipografía al estilo Spotify, que conectase y un cierre que facilitase al usuario resumiendo la información (uso de bullet points). Siempre derivando a la web para información más detallada en caso de interés.
- 06/ Cuando habíamos conseguido todo lo que queríamos transmitir, nos poníamos en marcha con los formatos para redes (stories de Instagram (1127x2008), Feed de Instagram (1080x1080), LinkedIn (1200x630) y Twitter (1024x512).

07/ Comenzaba la comercialización.



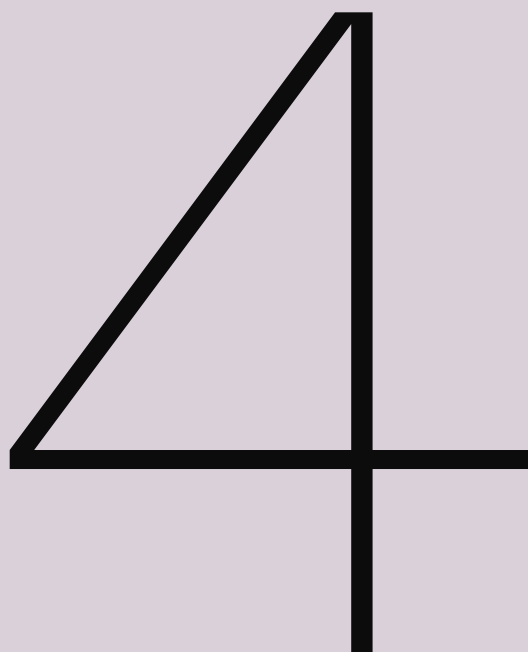
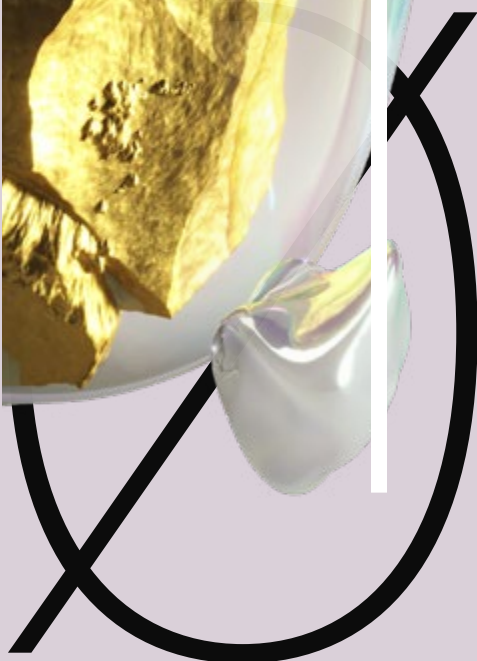
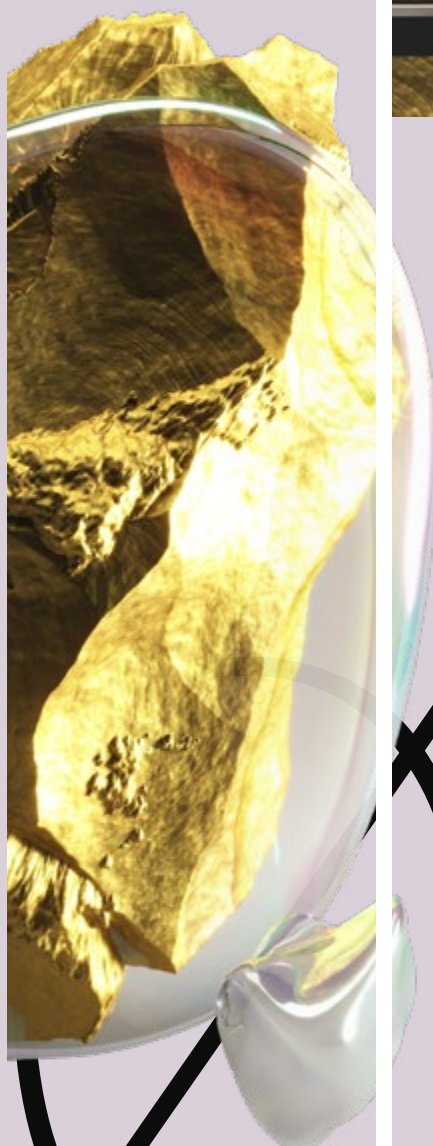
↑ Publicaciones en Instagram vídeos Grados ADE e IGE

## Resultados:

▶	<b>Visualizaciones ADE en YouTube.</b>	12.070
▶	<b>Visualizaciones IGE YouTube.</b>	8014
📷	<b>Duración media de las visualizaciones</b>	46s
👁	<b>Alcance Stories IG IGE*:</b>	260.000

\*Importe gastado: 46'12€.

# Tendencias 2020-21.



# Tendencias para el 2020-21.

El formato vídeo es un medio de storytelling natural, lo que facilita la conexión, haciendo más efectiva la comunicación.



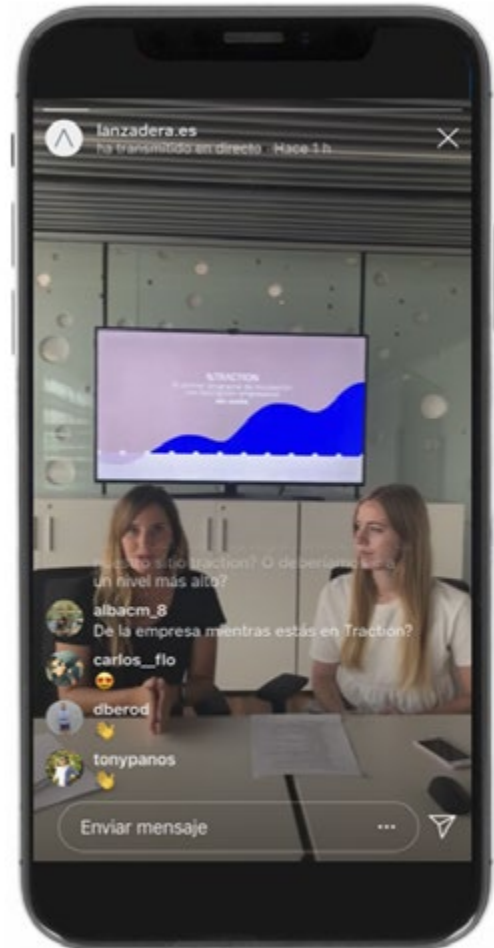
## Live streaming.

Mediante el uso de vídeos en directo, serás capaz de acercarte a los usuarios y hablarles directamente a tiempo real mientras puedes mantener una conversación con tu comunidad. Esta forma de comunicación lo hace cercano e incita al engagement.

Son diversas las plataformas donde podemos hacer estas vídeollamadas aunque las más conocidas son YouTube Live, Facebook Live, Instagram Live y desde este año, LinkedIn también nos da la opción.

¿Cuál es una ventaja de esta tendencia? La inmediatez, no requiere ni edición ni trabajo de postproducción.

Desde EDEM, vamos a empezar a hacer Ig Live para eventos dirigidos a un público más joven y muy presente en esta red social. Creemos que es una forma de conectar de una manera más informal y casual y hace que nuestro mensaje pueda ser más espontánea y



↑ Captura de YouTube Lanzadera.

## Vídeocast.

Esta tendencia hace referencia a la grabación en formato de vídeo, de un programa de radio. ¿Qué es lo diferencial? La cercanía, ves qué ocurre y quién hay detrás del locutor/a de tu programa de radio favorito. Hace que conectes con la gente que hay detrás de los micros.



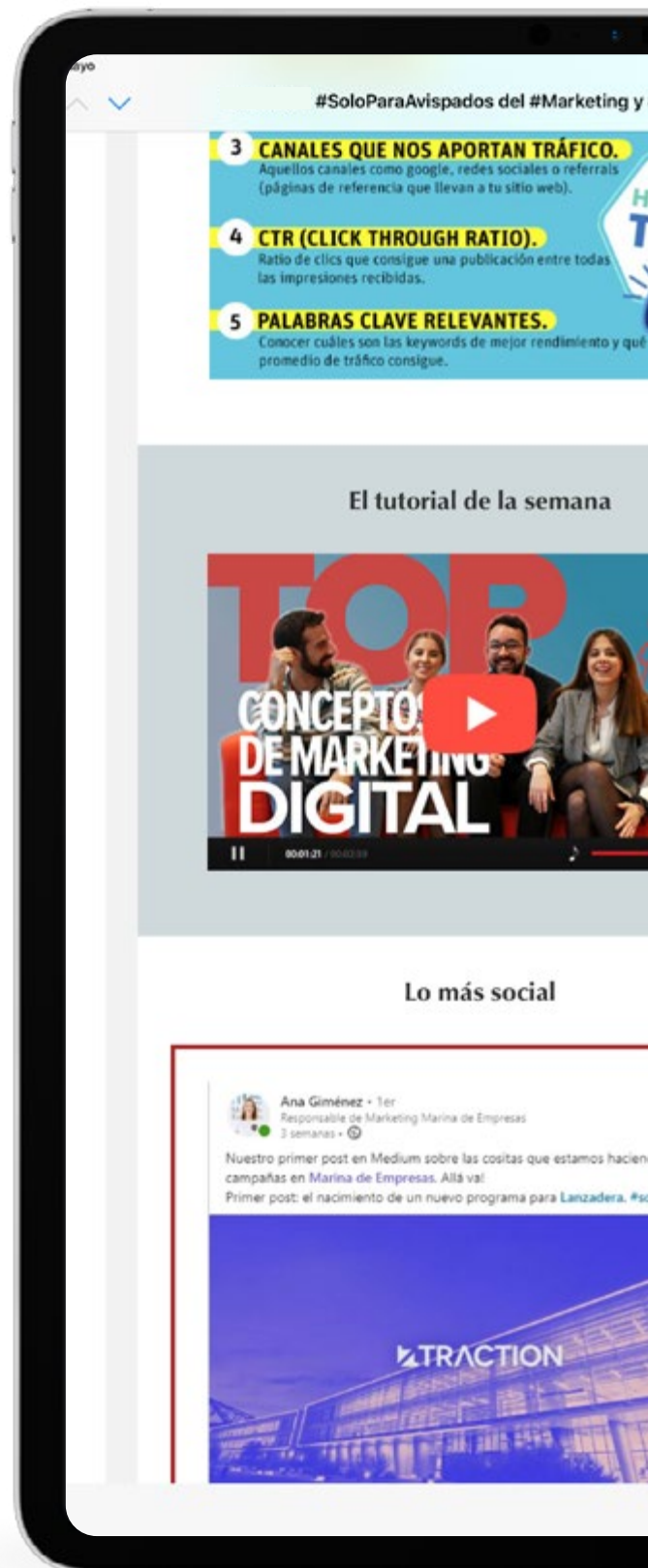
## Tutoriales.

Los más famosos los encontramos en YouTube y mediante estos vídeos conseguimos que la gente nos conozca más o podamos enseñar a los usuarios, cómo se hace algo ya sea una receta, montar un mueble o cualquier tema académico. Este tipo de contenidos didácticos nos posicionan como expertos en una materia al mismo tiempo que aportamos valor a nuestros usuarios.

En nuestro caso, ya estamos incorporando desde EDEM, en nuestra newsletter Boga. En este mailing incluimos tutoriales respondiendo a ciertas preguntas a modo Yoububer dependiendo de la categoría del mail. Por ejemplo, el último respondía a palabras utilizadas en el ámbito del Marketing y fueron los mismos alumnos del máster, los que los explicaron.

## Vlogging.

Es una de las mejores formas para humanizar tu marca ya que, mediante valores compartidos con tu empresa, rutinas y el equipo, podrás dar a conocer qué hay detrás de un logo.



↑ Boga Marketing con tutorial: Conceptos de Marketing Digital.



↑ Aplicación InstagramTV

## IGTV y vídeos en formato vertical.

La importancia de las nuevas dimensiones de vídeo se ha visto aumentada debido al uso de los dispositivos móviles en nuestros días. Esta herramienta abre a las empresas la posibilidad de hacer lo mismo que con un canal de YouTube, solo que en formato vertical.

Esto será un gran aliado para los influencers y Instagram al igual que Facebook ya llevan un añito apostando por este formato. Además, recientemente Instagram permite, mediante InstagramTV subir vídeos más largos y retenerlos en nuestra cuenta. Los vídeos patrocinados en Instagram generan 3 veces más comentarios que las fotos patrocinadas.

## La publicidad móvil.

Se ha demostrado que los anuncios en formato vídeo son más baratos y generan mucho más engagement. Por lo que, es muy probable que las empresas empiecen a apostar por este formato y por anunciarse en plataformas más orientadas a vídeo.

Los story ad vídeos pueden aumentar el impacto de los anuncios, la intención de compra o el CTR.

## User Generated Content.

Los vídeos de “unboxing” o “reviews” de productos tienen una gran aceptación entre los usuarios, pues les permiten obtener una visión objetiva del artículo que probablemente se están planteando comprar.

Con el uso de esta técnica aumentarás su visibilidad y potenciarás el engagement.



↑ Vídeo Unboxing iPhone 11. YouTube.

## Nueva red social: TikTok

TikTok es una red social accesible a través de su app para móvil y sirve para compartir vídeos musicales y otro tipo de vídeos más divertidos y virales.

Esta red social cambia el panorama actual: con más de 800 millones de usuarios activos mensuales y una media de edad de 16 a 24 años.

# Conclu- siones.

Nosotros siempre utilizamos Trello como herramienta de gestión y control. Es una aplicación online gratuita súper útil cuando tu trabajo se divide en proyectos.

¿Para qué nos sirve? Para que el equipo de diseño, estemos coordinados sabiendo a tiempo real cuáles son nuestras prioridades y le etapa en la que se encuentra cada uno de nuestros proyectos.

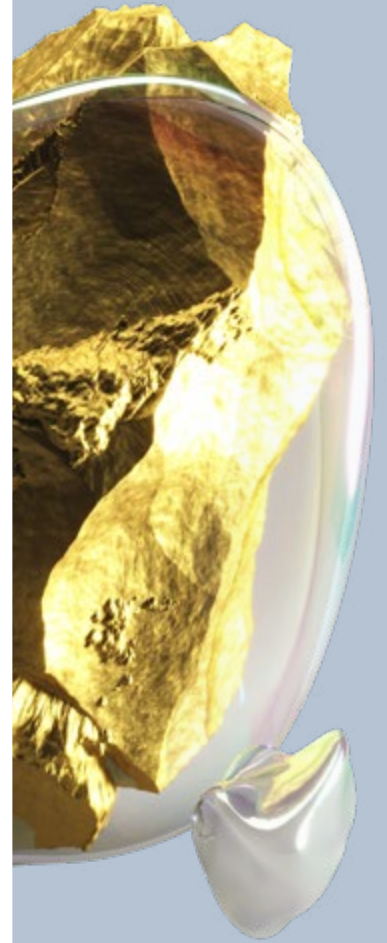
En esta aplicación además, usamos mucho la checklist para incorporar cambios y que quede todo registrado. De esta forma, garantizamos que no se nos escape ningún detalle.

Además, siempre hacemos uso de storyboards para representar mediante frames estáticos los copies junto a la imagen para ver si nos encaja. Esto también facilita la posterior edición.

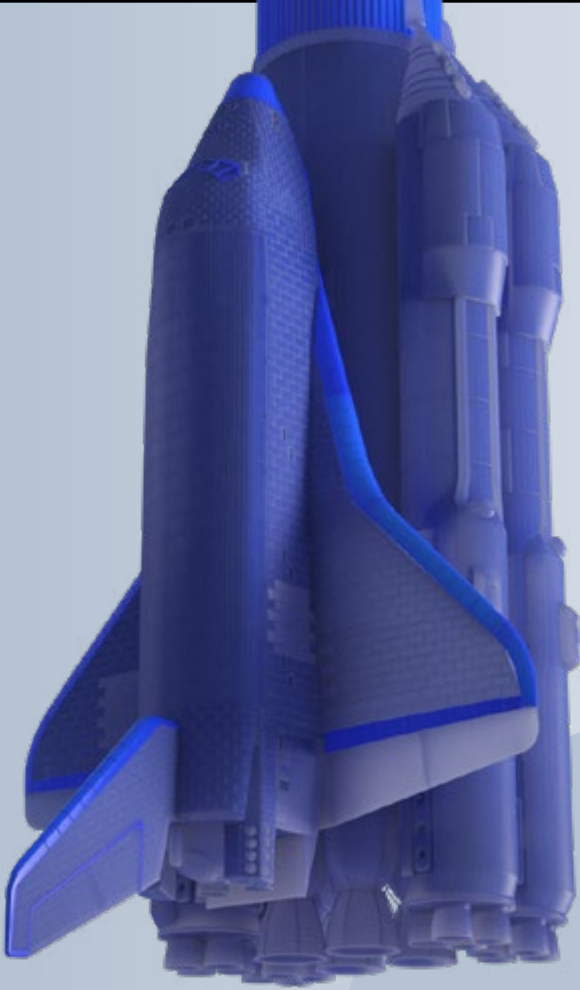
Si no sabes cómo hacerlo, puedes prepararlos online [aquí](#).

En definitiva, la distancia entre emisor y receptor es cada vez más corta, es decir, ya no hay un número “x” canales concretos que ostentan el monopolio de la información, sino que, incluso quien anteriormente asumió un papel exclusivamente de receptor, ahora tiene la oportunidad de crear contenido y en consecuencia, y esto seguramente es lo más interesante, de moldear el mensaje a cada contexto concreto.

En pocas palabras, de aquí se ha derivado a una riqueza cada vez mayor a la hora de producir una pieza audiovisual, es por eso que el Vídeo Marketing ha de hacerse cargo de todo ese flujo y ser lo suficientemente astuto como para vehicular las necesidades de venta en este lenguaje en constante cambio y crecimiento.



●  
Time is  
now.



## ¿Necesitas ayuda con el marketing?

En Lanzadera ofrecemos mentorías en todos los ámbitos de la empresa: marketing y comunicación, producto, finanzas, legal...

No importa en qué fase está tu negocio, te ofrecemos los recursos formativos, económicos y estructurales necesarios para convertir tus sueños en realidad, aplica a Lanzadera y no emprendas solo.

## Créditos.

### **Diseño, texto y maquetación.**

Mk Marina de Empresas.

### **Imágenes y Mockups.**

Mk Marina de Empresas.

### **Ilustraciones línea.**

Phonies by Growww

<https://growwwkit.com/illustrations/phonies/>

Ed.2

LZ  
TIPS

VOO2. My20



LANZ^DERA  
VÍdeo Marketing sin  
gastarte un duro.