

# APLICACIÓN DEL VÍDEO A UN NEGOCIO: CONCEPTOS BÁSICOS

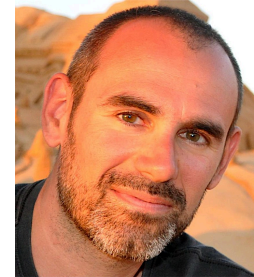


## ENRIQUE SERRANO

---



@enriqueserrano  
@videoslowlcost



[enrique@videoslowlcost.es](mailto:enrique@videoslowlcost.es)

## MENÚ

- 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.
- 2) Usos del vídeo!
- 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo
- 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo
- 5) El vídeo tras ser creado
- 6) Medir el éxito de un vídeo
- 7) El anuncio ideal de Youtube
- 8) Esquema básico de guión para vídeo explicativo y storytelling
- 9) Trucos para hablar a cámara (si sobra tiempo)

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

¿les preguntaron..QUÉ SIGNIFICA INTERNET PARA TI?

¿DONDE ESTAMOS?

$80/4 = 20$  años

$2013 - 20 = 1993$

¿CUANTO CAMBIO!

- No borders on internet
- Frees me to be me (deaf)
- Passion for thai released
- More soul tan humang being
- Books on Eritrea Uni
- Window to the world
- Fun, friends, information, annonym.

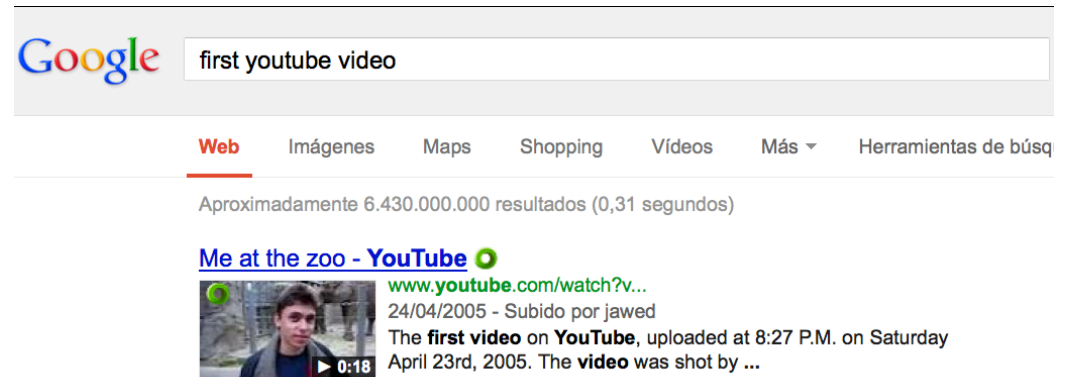
FOREVER SEDIENTOS DE...  
**MOTIVACIONES!!!**



- LIBERTAD
- APRENDIZAJE
- HOBBIES
- EMOCIONES
- DESARROLLO PERSONAL
- PASIÓN

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## ¿YOUTUBE SIEMPRE ESTUVO AHÍ?



- 1) Fundado en 2005, comprado en oct de 2006 por google.
- 2) Un presidente de EEUU, John Edwards, presenta su candidatura en youtube antes que por la tele.
- 3) 2007- Nacen Ustream y Livestream. Emmy a una webseries. (Ahora están empezando a tomar fuerza y en A3 web hay un apartado para esto).
- 4) 2009- U2 consigue 10 millones de usuarios en streaming
- 5) 2010 – El suceso de los mineros chilenos es lo mas visto en video streaming de Ustream en todo el año
- 6) 2011 El principe William y Kate se casan y lo ven 400 millones de personas online
- 7) 2013 90% del tráfico de internet es vídeo.

### Inside the Evolution of Online Video and How It Will Change the Entertainment World

By David Silverberg  
Jul 27, 2008 in Internet  
1 comment

LIKE THIS ARTICLE 15

Online video is finding more fans as it becomes a prominent arena to showcase user-generated content and network TV shows. But those snack-sized clips may soon change, as YouTube seeks to monetize content and advertisers rally around online video.



## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

### SE DICE QUE...

5 minutos 50 segundos es la media de tiempo de visita de un usuario en una web con vídeos  
Mas del 50% de los vídeos de youtube incluyen comentarios o puntuaciones de la comunidad  
>**76 horas** subidas a Youtube cada minuto

El 76% de los profesionales del márketing aumentarán sus **inversiones hacia el vídeo** (2013)

174%-85% mas de posibilidades de **terminar comprando** si ven un vídeo profesional.

El 52% dice que les da mas seguridad ver un vídeo a la hora de comprar.

2012: 62% de **IPAD owners** gastaron >250€ en el año

El 53% de los vídeos en YouTube tienen menos de **500 visualizaciones** (buena referencia!)

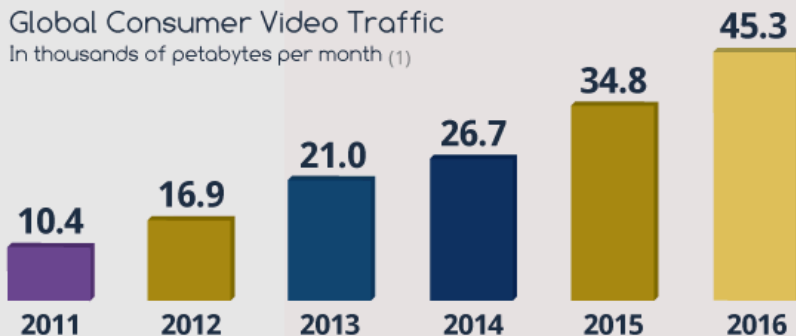
NI PARETO! Tan solo **el 0,33% de los vídeos en la red dió más de 1 millón de visualizaciones**

El consumo mundial de tráfico de vídeo en 2013 estimada en **21 exabytes mensuales**

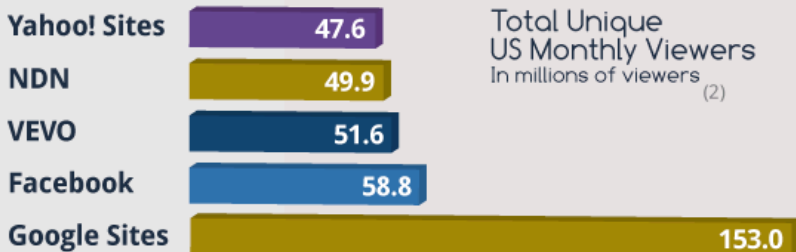
# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## Growing Consumer Adoption

Global Consumer Video Traffic  
In thousands of petabytes per month (1)



Google Sites (mainly YouTube) ranks as the top online video platform with **153 million** unique viewers.



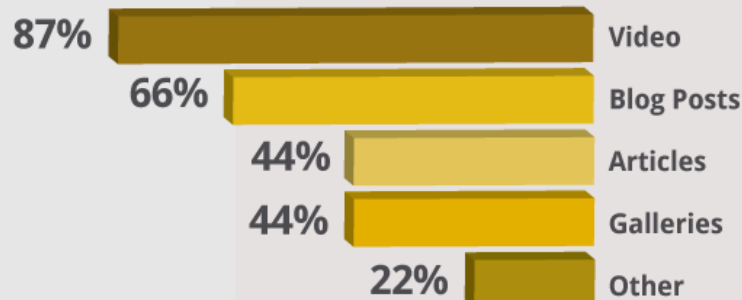
### Going mobile - video on-the-go...



Mobile video will represent **66 percent** of global mobile data traffic by 2017, up from **51 percent** last year. (3)

## Earned Media

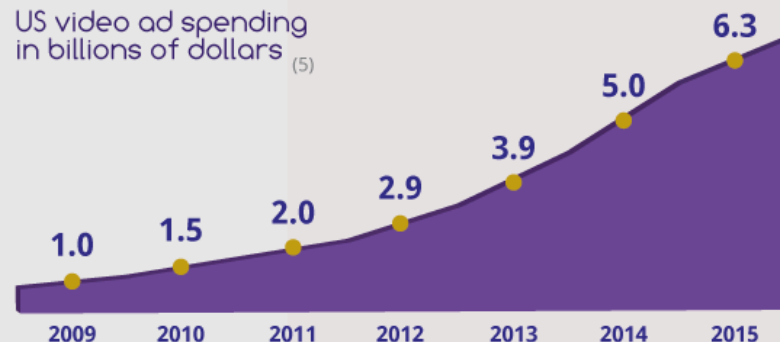
**87%** of marketers in the United States use video for content marketing. (4)



## Paid Media

Video ad spending is expected to grow rapidly

US video ad spending in billions of dollars (5)



# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## Methods Used to Share Mobile Phone Videos According to US Mobile Video Viewers, Nov 2012

% of total



Sharing content

Methods of sharing	
Post on Facebook or other social media	56%
Show others on my own device	44%
Text	37%
Email	33%
Via YouTube	30%
Tweet	12%

Como se comparten los videos hechos con móvil

Note: n=200

Source: Interactive Advertising Bureau (IAB) Mobile Marketing Center of Excellence, "Mobile Phone Video Diaries: Understanding Mobile Video Usage" conducted by On Device Research, Dec 13, 2012



## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

### VIDEOS HASTA EN LA SOPA

¿Gente con cámaras en sus coches? WHY??

Los **telediarios** rellenan sus contenidos con vídeos que encuentran en internet.

Prima el contenido vs la calidad. >32 M vistas y fué subido por Russia Today.



# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

## VIDEOS HASTA EN LA SOPA

### Ciencia

The *Journal of Visualized Experiments* (JoVE) <http://www.jove.com/> es un depósito de vídeos científicos que gana valor día a día y hace la tierra mas **plana**, como diría Thomas Friedman.

#### Creating Transient Cell Membrane Pores Using a Standard Ink

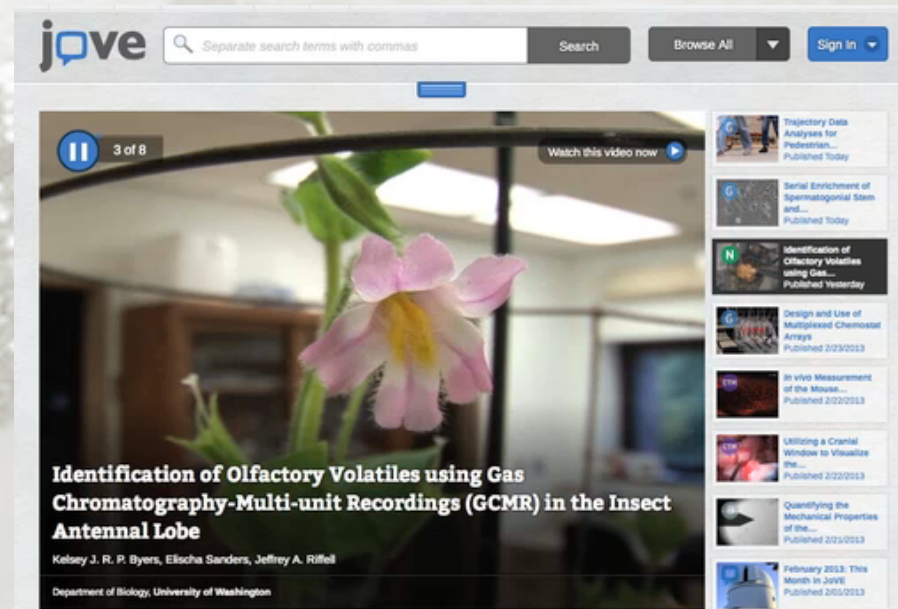
Alexander B. Owczarczak, Stephen O. Shuford, Scott T. Wood, Sandra Deitch, Delphine Dean

Department of Bioengineering, **Clemson University**



#### Video Article Chapters

- 0:05 Title
- 1:22 Converting the HP DeskJet 500
- 2:31 Converting Stock HP Ink Cartridges (HP 26 Black Ink Cartridge)
- 3:09 Cleaning Ink Cartridge and Making Cell Suspension - "Bioink"
- 3:59 Bioprinting
- 4:45 Results: Representative Bioprinted Cell Images
- 6:39 Conclusion



The screenshot shows the JoVE website interface. At the top, there is a search bar with the text "Separate search terms with commas" and a "Search" button. To the right of the search bar are "Browse All" and "Sign in" buttons. Below the search bar is a video player showing a pink flower. The video title is "Identification of Olfactory Volatiles using Gas Chromatography-Multi-unit Recordings (GCMR) in the Insect Antennal Lobe" by Kelsey J. R. P. Byers, Ekosha Sanders, and Jeffrey A. Riffell, from the Department of Biology, University of Washington. To the right of the video player is a list of related articles, including "Trajectory Data Analyses for Pedestrian...", "Serial Enrichment of Spermatogonial Stem and...", "Identification of Olfactory Volatiles using Gas...", "Design and Use of Multiplexed Chemostat Arrays", "In vivo Measurement of the Mouse...", "Utilizing a Cranial Window to Visualize the...", and "Quantifying the Mechanical Properties of the...".

## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

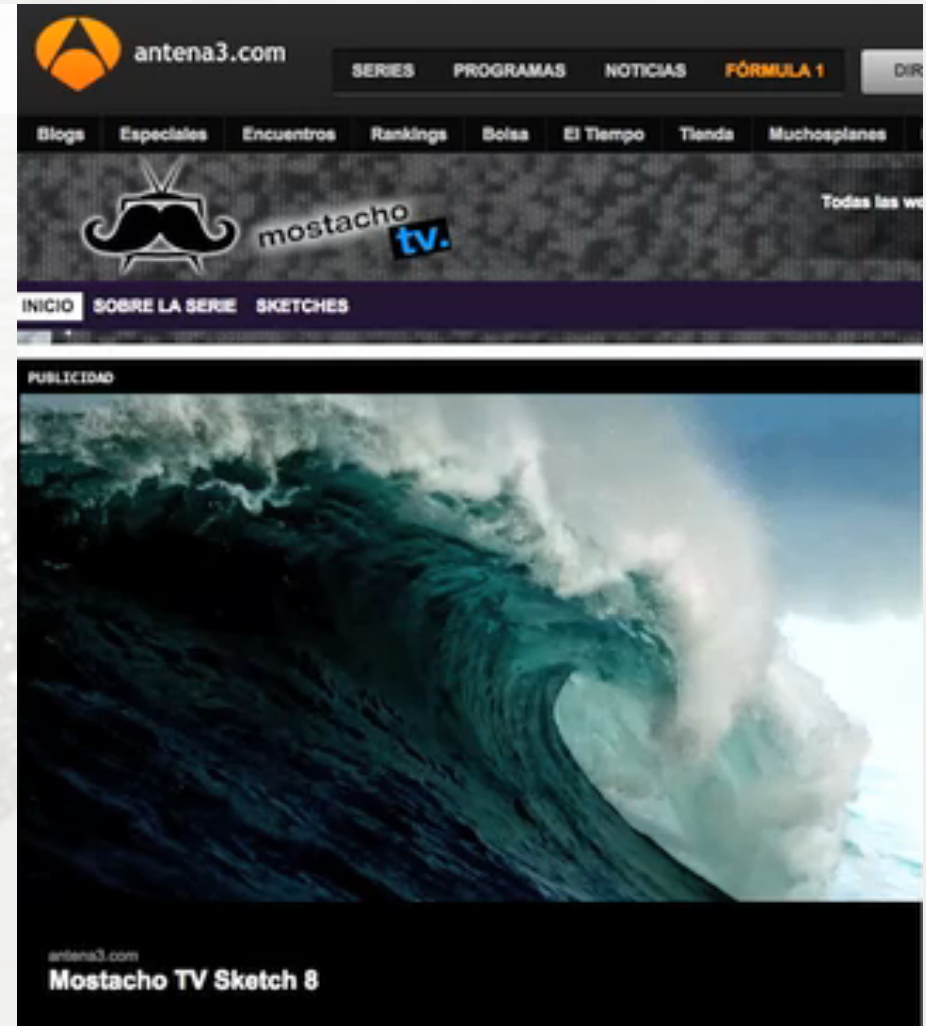
# VIDEOS HASTA EN LA SOPA

## WEBSERIES

win-win-win

- X1 Genera contenidos
- X1 Gana visibilidad
- X2 Los promueve y le mete publi
- X2 Rentabiliza su existencia
- X3 Lo consume y se divierte

*¿¿ Cuanto pagarías a un grupo de estos chavales por inventar historias relacionadas con tu negocio ??*

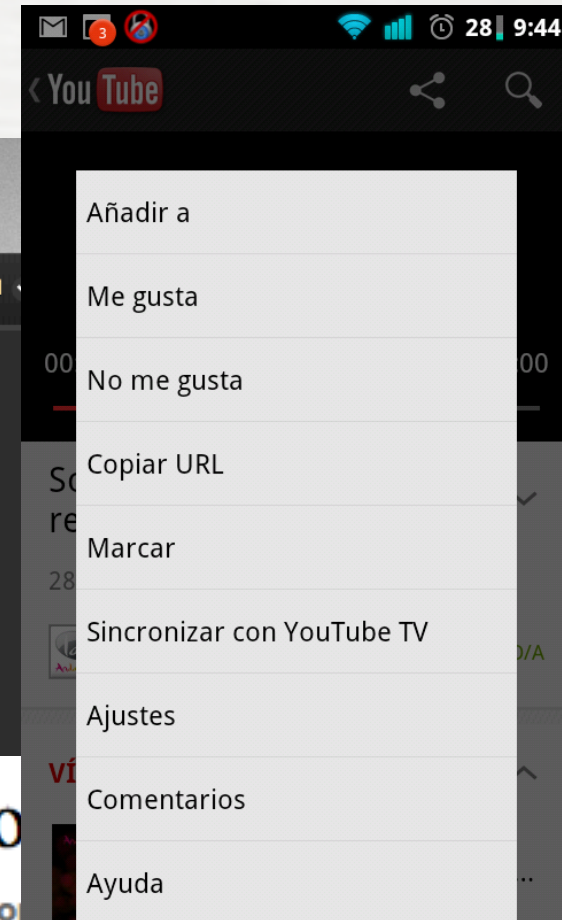


## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

### VIDEOS HASTA EN LA SOPA

#### Contenidos de pago

1. Poco a poco la sociedad dispone de pantallas grandes conectadas a internet (+40% US 13)
2. Usabilidad mejorada
3. Streaming adaptativo



### YouTube planea suscripciones de pago

El primer canal de este tipo podría tener un costo de entre 1 y 5 dólares por mes. Los canales de cable con un público pequeño podrían potencialmente ofrecerse a los consumidores.

Publicado: Martes, 29 de enero de 2013 a las 20:53

## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

# VIDEOS HASTA EN LA SOPA


## Publicidad de los políticos

- Se usan para el microtargeting.
- Un candidato (Emanuel Pleitez ) para LA se gasta \$11K sólo en publi para FB.



**Salma Hayek endorses Eric Garcetti for Mayor of Los Angeles - "Elect"**

 GarcettiForMayor2013 · 15 videos 6,271

 58 👍 12 👎 2

## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

### VIDEOS HASTA EN LA SOPA

#### Prueba social

#### PARA CAMBIAR EL MUNDO

Los vídeos de esta noticia son grabaciones de particulares, imágenes que influyen en el desarrollo no sólo de esa situación sino de otras en el mundo.

Las imágenes de las protestas en Egipto dan la vuelta al mundo y se viralizan en las redes sociales

23 de los 80 millones de habitantes del país tienen acceso a Internet. Un incremento de un 45% en los últimos meses, una situación cada vez más peligrosa para Mubarak.



## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

### VIDEOS HASTA EN LA SOPA

Resumen de la industria que se está generando.. Hosts de vídeo, creadores, divulgadores, analizadores.. etc

WISTIA LEARNING PRICING BLOG

Video success stories come in every size.

MONTHLY PRICE	\$0	\$16	\$32	\$80	\$160	\$240
TOTAL VIDEOS	3 VIDEOS	10 VIDEOS	20 VIDEOS	100 VIDEOS	300 VIDEOS	UNLIMITED VIDEOS
MONTHLY BANDWIDTH	5 GB	20 GB	50 GB	200 GB	500 GB	1 TB and up
PLAYER BRANDING						

WIDEVINE a Google company

Video Optimization Multiplatform DRM Supported Platforms See Our Demo CWIP Program Contact Us

### Connecting Digital Content to Consumers

Video Optimization »  
Multiplatform DRM »

**SUPPORTED PLATFORMS**  
The Google Widevine product is deployed on over 1 billion devices including mobile platforms, televisions, blu-ray players, set top boxes and game consoles.  
[Click here to see a full list of our supported device platforms.](#)

**NO FEES**  
Google does not assess license fees for the Widevine product.

**FOR MORE INFORMATION**  
**License Server Training Now Available!**  
The Widevine License Server course is now available as part of the CWIP program. This course allows you to become certified in the deployment, operation, and maintenance of Widevine License servers. Registration is now open for classes that will begin in April!  
If you are interested in becoming a Google Widevine customer or certified implementation partner (CWIP) please contact [sales@widevine.com](mailto:sales@widevine.com)



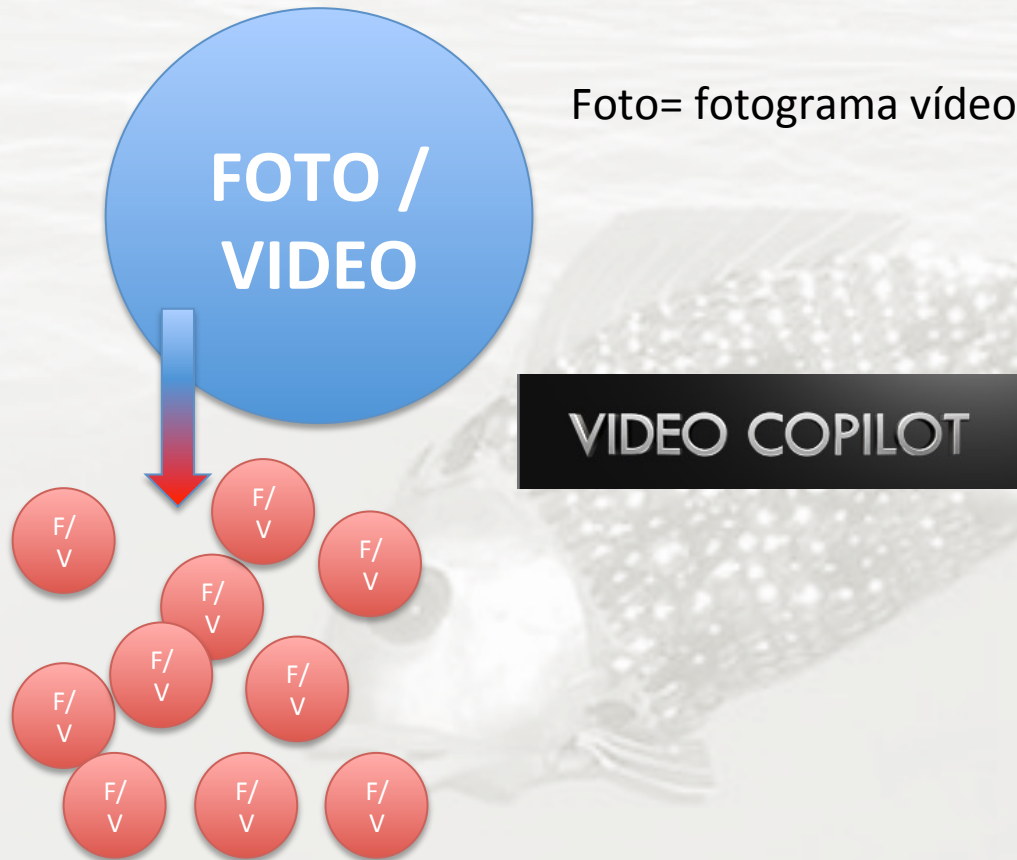
Google compra Widevine - DRM

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

## VIDEOS HASTA EN LA SOPA

Democratización del vídeo

Foto= fotograma vídeo?



Eastman Kodak Company (PINK:EKDKQ)

**0.202** +0.002 (1.00%)

Mar 1 - Close  
PINK data delayed by 15 mins - Disclaimer  
Currency in USD

Range  
52 week  
Open  
Vol / Avg.327  
Mkt cap  
P/E



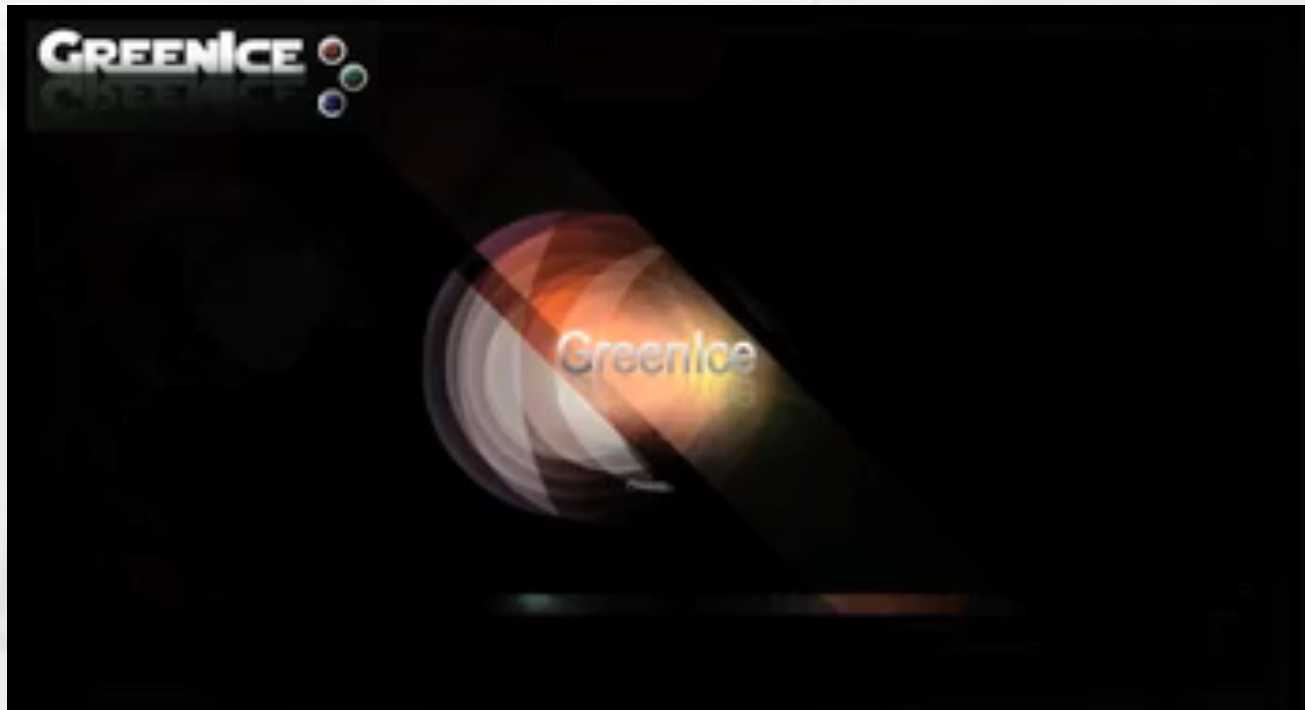
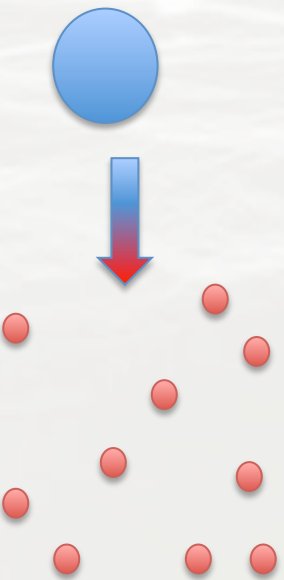


## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

### VIDEOS HASTA EN LA SOPA

Democratización de la publicidad

- 1) La publicidad en vídeo al alcance de todos
- 2) Los canales publicitarios son sociales
- 3) ¿Qué te impide tener tu anuncio?



## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo.

¿DONDE/  
COMO/QUÉ/  
QUIÉN?  
GRABAR/CREAR  
EL VIDEO

--  
**CONTENEDORES  
DINAMIZADORES**  
--

¿DONDE,  
CUANDO?  
VER EL VÍDEO



VIDEO + INTERNET = PEZ + AGUA

**LOS LÍMITES DEL PEZ, HOY**


1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

# LOS 10 VIDEOS MAS VISTOS EN LA HISTORIA DE YOUTUBE. 9 son musicales

UMMMM.. PENSEMOS...

[http://readwrite.com/2012/09/02/top\\_10\\_youtube\\_videos\\_of\\_all\\_time](http://readwrite.com/2012/09/02/top_10_youtube_videos_of_all_time)

PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) MV



**officialpsy**  
2,992,779 subscribers


**1,338,405,160** views  
7,053,811 likes, 640,314 dislikes

**1**

PSY - Gangnam Style (강남스타일)  
▶ NOW available on iTunes: <http://Smarturl.it>  
▶ Official PSY Online Store US & International: <http://www.psyshop.com>  
▶ About PSY from YG Ent.: <http://smarturl.it/psy>  
▶ PSY's Products on eBay: <http://stores.ebay.com/psy>  
▶ YG-eShop: <http://www.ygeshop.com>

For More Information @  
<http://www.facebook.com/officialpsy>  
[http://twitter.com/psy\\_oppa](http://twitter.com/psy_oppa)  
[http://twitter.com/ygent\\_official](http://twitter.com/ygent_official)  
<http://me2day.net/psyfive>  
<http://www.psy.com>  
App Store: <http://goo.gl/I9TU6>  
Google Play: <http://goo.gl/UjEn1>

Don Omar - Danza Kuduro ft. Lucenzo



**DonOmarVEVO**  
463,203 subscribers

**427,237,429** views  
554,500 likes, 40,593 dislikes

**10**

Music video by Don Omar

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## TURISMO y VIDEO

**WIKINOMICS** – inteligencia/**sensibilidad** colectiva.

Canadá usa los vídeos de sus ciudadanos para crear un vídeo promocional turístico



Canada Shared by Canadians - Keep Exploring

canadiantourism · 473 videos

694,379

4,106 69

Like

About Share Add to

Published on 20 Nov 2012  
Canada Shared by Canadians  
<http://bit.ly/CanadaShared>



**CANADA**  
EXPLORED BY CANADIANS

65 Hours of footage

8,206 Entries

82 Winners

01 Inspiring video

Watch Now

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## TURISMO y VIDEO

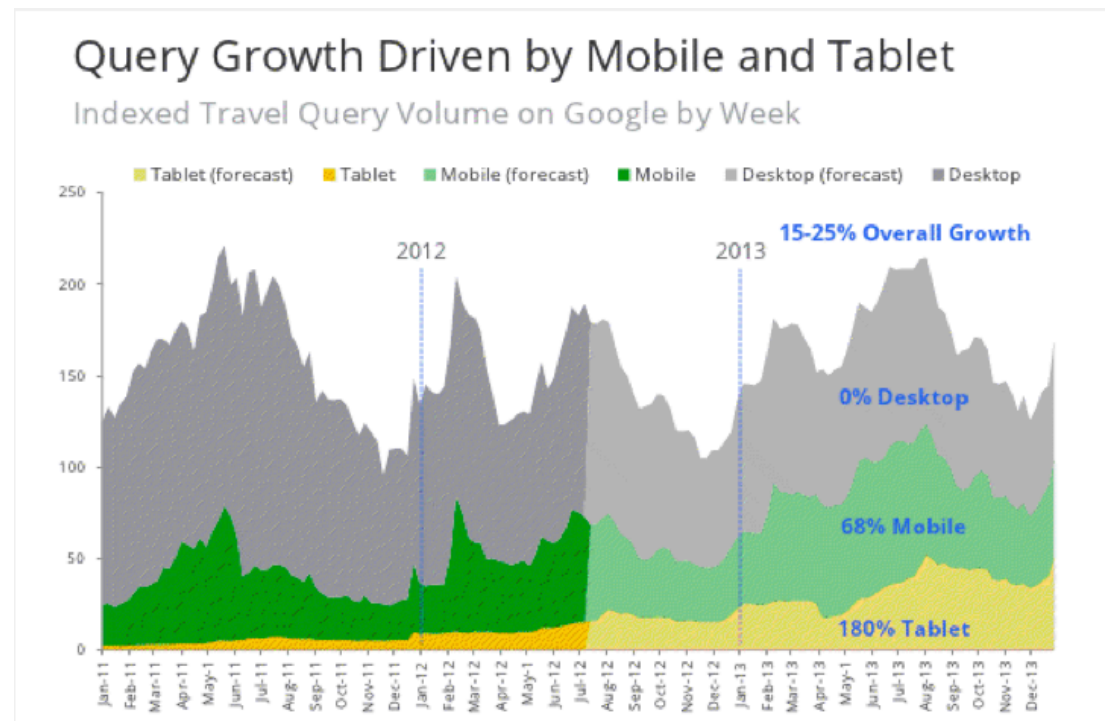
The 2012 traveller – Google/Ipsos MediaCT

Acerca de cómo el viajero decide a la hora de preparar su viaje (US)  
Smartphone y vídeo destacan como elementos nuevos → **CRITERIOS!**



**80% de viajeros planean su viaje de forma online**

**Las búsquedas suceden desde smartphones y tablets**



En color mas claro la previsión para 2013 donde el ordenador pierde terreno con claridad

## 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

### TURISMO y VIDEO

The 2012 traveller – Google/Ipsos MediaCT

A finales de 2012, el 61% de los móviles en EEUU lleva Android.

Los viajeros además empiezan a llevar móviles o tablets en vez de ordenadores.

Incluso se atreven a hacer reservas **mediante el móvil** (40% reservan hotel desde el móvil en EEUU), por eso es tan importante tener en tu web un vídeo que motive a hacer la reserva online.

Un vídeo con capacidades de hacer la reserva **dentro del mismo vídeo**, este es el futuro que ya se está testando.

# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## TURISMO y VIDEO

The 2012 traveller  
Google/Ipsos MediaCT

El 66% cuando piensa en hacer un viaje.

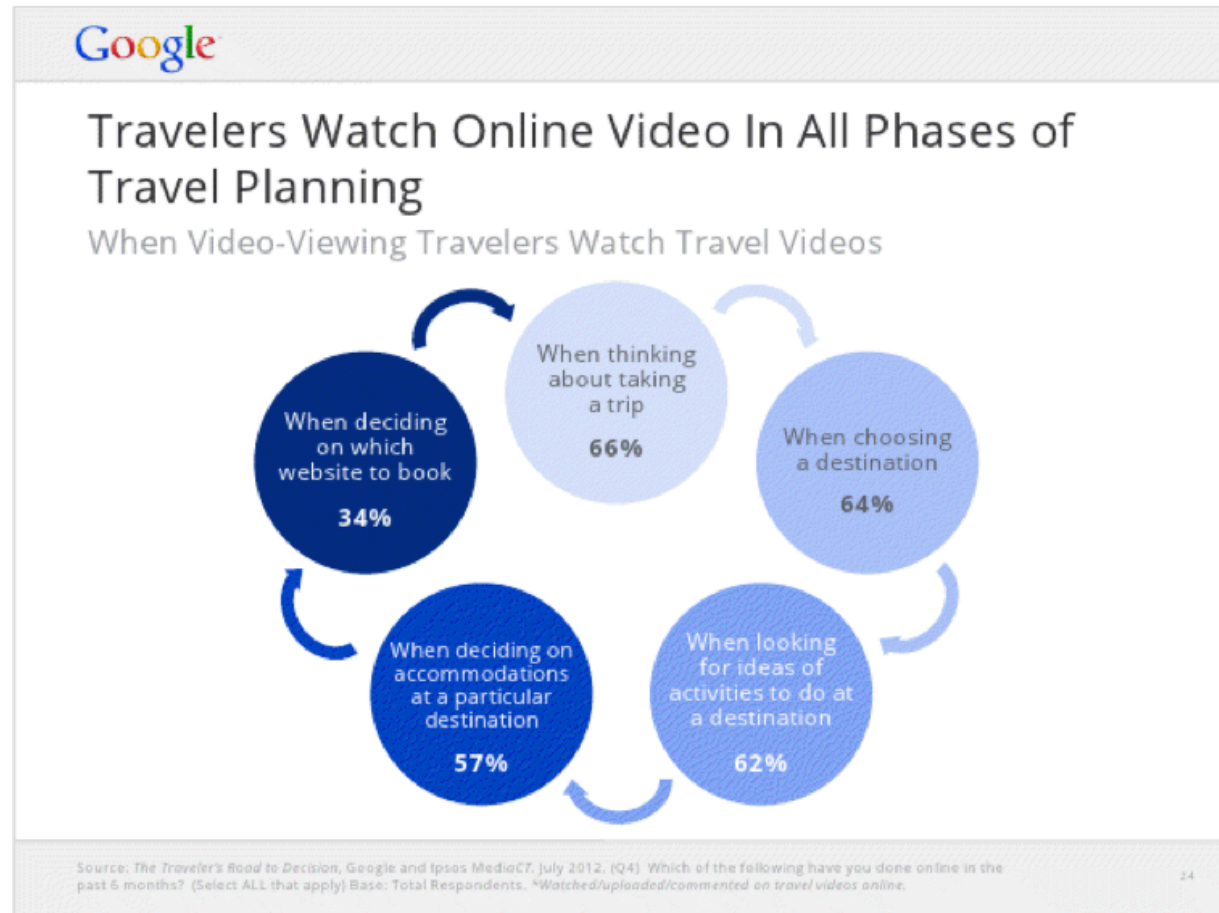
El 64% cuando elige un destino.

El 62 % cuando busca ideas de actividades que hacer en un destino.

El 57% ..¿dónde dormir?

El 34% ¿en qué web hacer su reserva?

## ¿Cuándo ven vídeos en esta planificación?



# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## TURISMO y VIDEO

The 2012 traveller  
Google/Ipsos MediaCT

El 62% mira vídeos de hoteles, aerolíneas, cruceros, tours, etc.

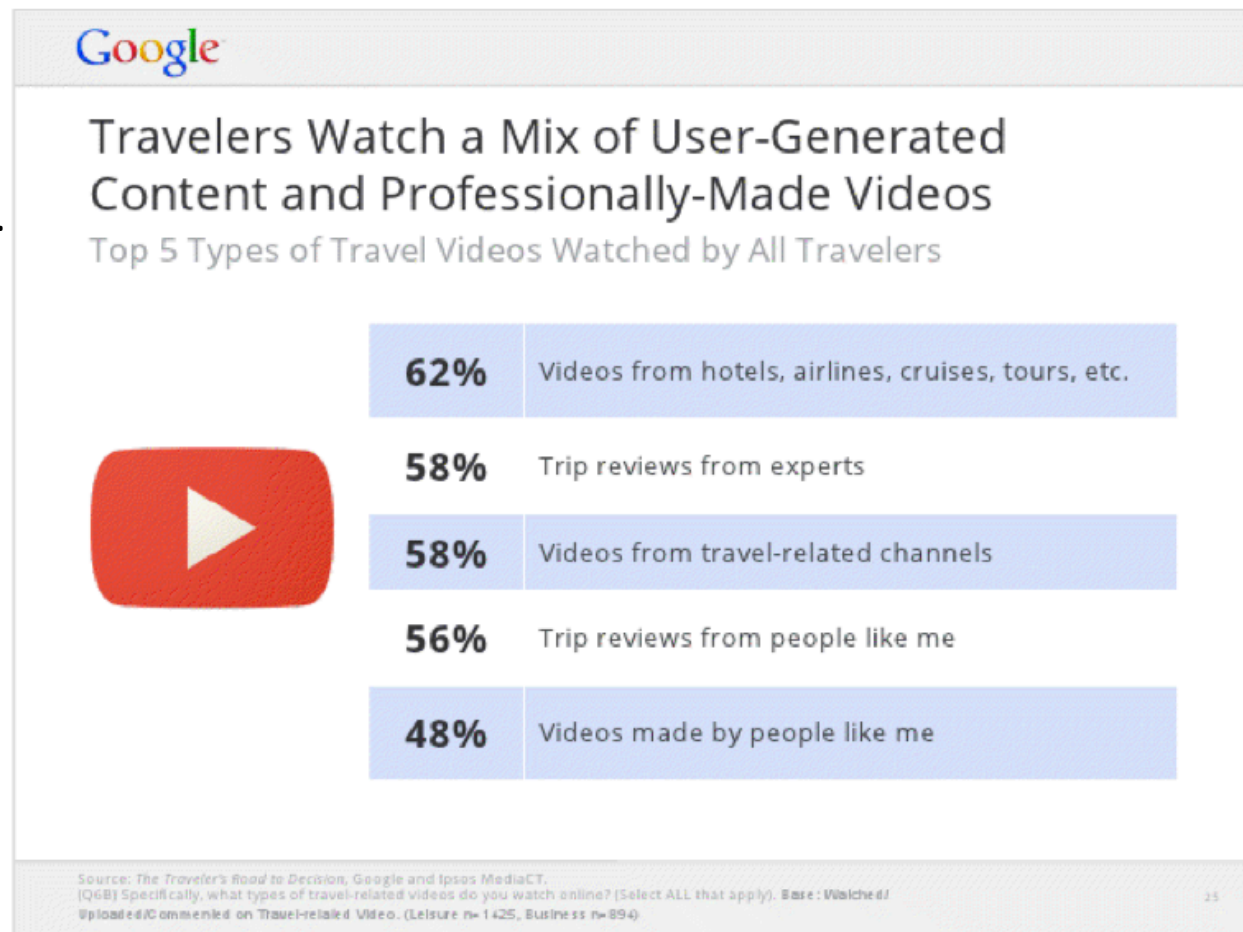
El 58% de opiniones de viajes de expertos.

El 58% mira vídeos de canales de viajes relacionados.

El 56% de opiniones de viajes de gente normal como yo

El 48% mira vídeos hechos por gente normal como yo

## ¿Qué tipo de vídeos mira el turista? TOP 5





# 1) Escenario, evolución e integración del vídeo online en el mundo. Especial turismo.

## TURISMO y VIDEO

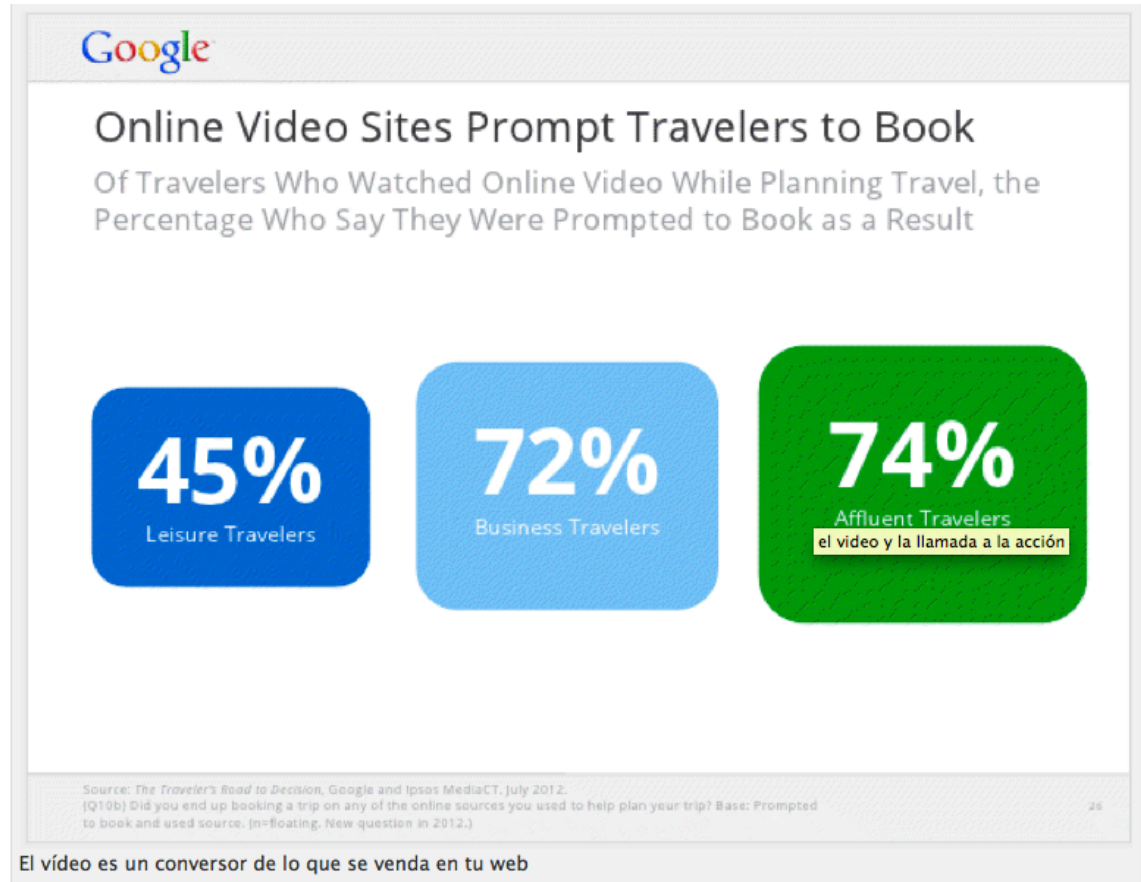
The 2012 traveller  
Google/Ipsos MediaCT

El 45% de los viajeros de ocio

El 72% de los viajeros de negocio

El 74% de los viajeros de lujo

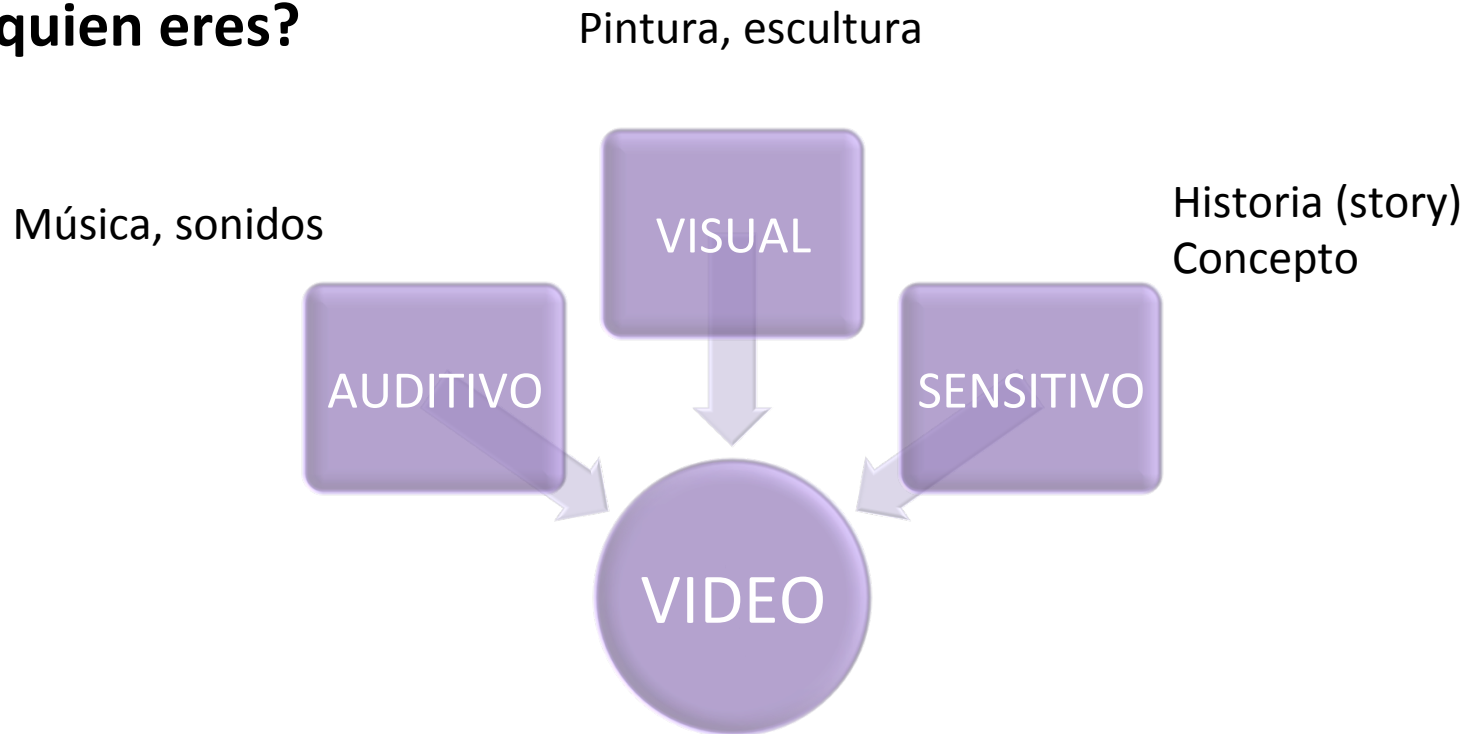
Viajeros que respondieron que ver el vídeo online les animó a realizar la reserva



## 2) Usos del vídeo!

### Anatomía del vídeo

¿Y tu de quien eres?



El vídeo es un formato

## 2) Usos del vídeo!

### Anatomía del vídeo

Mira el vídeo tan sólo como un formato de contenidos

**Póngase en la cola**

VIDEO



WEB



Google™

- DIFERENCIACIÓN
- COSTE DE OPORTUNIDAD

## 2) Usos del vídeo!

### Anatomía del vídeo

Y hablando de contenidos...

CREAR CONTENIDOS  
ES IMPORTANTE!!!!

ALGUIEN LO HARÁ  
TARDE O TEMPRANO

Ej. TXT

Control biologico en invernaderos

Web Imágenes Maps Shopping Vídeos Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 239.000 resultados (0,50 segundos)

Anuncio relacionado con **Control biologico en ...**

[Empresa Control de Plagas - desinsur.com](http://www.desinsur.com/controldeplagas)

[www.desinsur.com/controldeplagas](http://www.desinsur.com/controldeplagas)

Servicio personalizado, precios sin competencia. ¡Pida presupuesto!

[Artículos académicos para Control biologico en invernaderos](#)

[... \) Winter COMO FACTOR DE CONTROL BIOLÓGICO ...](#) - Oehrens - Citado por 19

[Dispersión, ciclo biológico y daños causados por ...](#) - Oehrens - Citado por 25

[Animal behavior: an evolutionary approach](#) - Alcock - Citado por 1999

[Control biológico en invernaderos hortícolas | QQ](#)

[www.enriqueserrano.es](http://www.enriqueserrano.es) > General



de Enrique Serrano

Libro: **Control biológico en invernaderos** hortícolas. Viernes, 2 de octubre de 2009. Ir a comentarios Dejar un comentario ...

Tú has hecho +1 en esto

## 2) Usos del vídeo!

### Anatomía del vídeo


Ej. 3 top en Youtube por crear contenido que antes no existía

salto en bici de montaña

Web Imágenes Maps Shopping Vídeos Más

Aproximadamente 937.000 resultados (0,50 segundos)

**salto con bici de montaña - YouTube**

 [www.youtube.com/watch?v=WBfLR9jOocg](http://www.youtube.com/watch?v=WBfLR9jOocg)  
07/12/2009 - Subido por esr1000  
Para los que no sepan como hacer el truco de ...  
les ayudo en algo: Yo levanto la parte de los ...



**Cámara**  
Sevilla

piso cerca ciudad expo

81º aniversario del nacimiento de Miriam Makeba

Web Imágenes Maps Shopping Vídeos Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 1.430.000 resultados (0,45 segundos)

Anuncio relacionado con **piso cerca ciudad expo**


**Alquiler ciudad expo - Alquileres en Ciudad Expo**

[www.fotocasa.es/CiudadExpo](http://www.fotocasa.es/CiudadExpo)  
Miles de ofertas con fotos!  
374 personas siguen o han hecho +1 en fotocasa.es.

**casas y pisos en ciudad expo, sevilla — idealista.com**

[www.idealista.com/venta-viviendas/...del.../ciudad-expo/](http://www.idealista.com/venta-viviendas/...del.../ciudad-expo/)  
viviendas en mairena del aljarafe - **ciudad expo**, a partir de euros de particulares e inmobiliarias. viviendas en mairena del aljarafe - **ciudad expo**: anuncios de ...

**REMAX Mairena piso en venta cerca de Ciudad Expo(2) - YouTube**

 [www.youtube.com/watch?v=HrYJSI4rkKI](http://www.youtube.com/watch?v=HrYJSI4rkKI)  
16/10/2012 - Subido por MairenaRemax  
**Piso cerca de Ciudad Expo**: Acogedor **piso** de 2 dormitorios en planta baja con cocina, lavadero, salón ...

Más vídeos de **piso cerca ciudad expo**

## 2) Usos del vídeo!

### Anatomía del vídeo

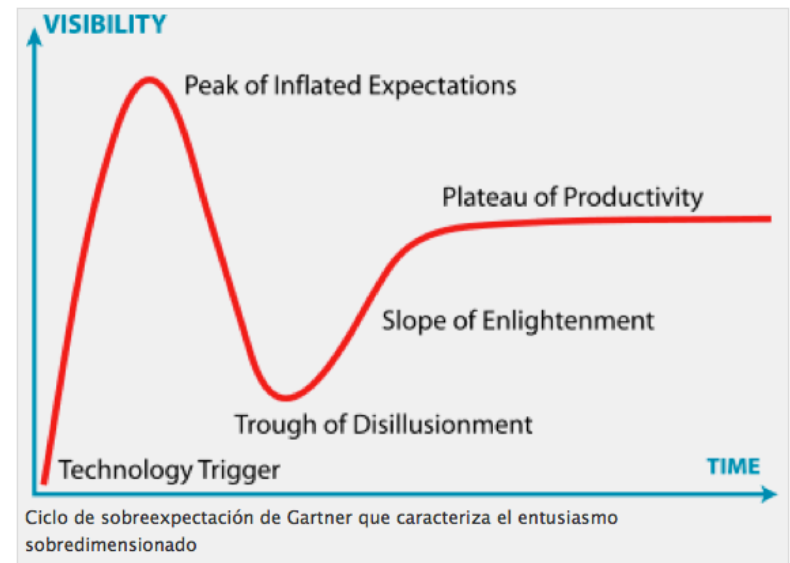
¿cual es el **sentido del vídeo**? ¿puedo sacar en vídeo **atributos clave** de mi producto para que los clientes potenciales lo vean mas claro?

¿a qué **clientes** va dirigido? ¿donde están? ¿como **empatizo** con ellos?  
¿cuales son sus problemas y preocupaciones?

¿qué **problema me soluciona** a mi el vídeo? ¿Hay **valor añadido**?

¿cuanto tengo que vender para igualar el **coste** del vídeo? ¿cual podría ser la vida útil del mismo?  
¿es el vídeo parte de una estrategia?

### ¿Es el vídeo el mejor formato? Necesito yo un vídeo?



*El contenido decide el formato*

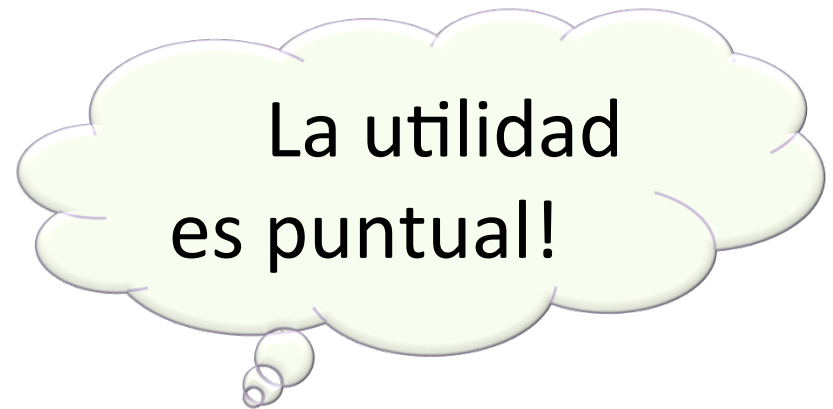
## 2) Usos del vídeo!

### LA UTILIDAD y EL USO

Básicamente el vídeo sirve para

- Ahorrar
- Vender
- Dar valor añadido
- Demostrar
- Incitar
- Emocionar
- Reforzar la información
- Decirte quien soy
- ...

Clasificación complicada...



Veamos varios casos

## 2) Usos del vídeo!

### LinkLove London 2013

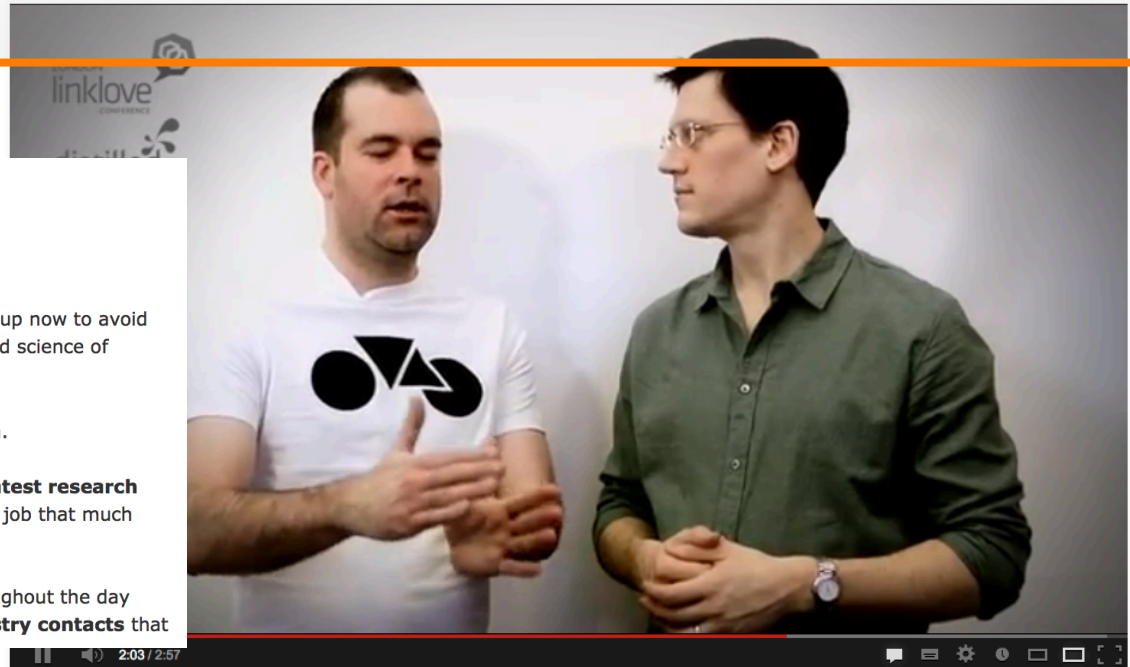
Hi Enrique,

With only three weeks left until [LinkLove London](#), be sure to sign up now to avoid missing out on the only conference dedicated purely to the art and science of building links.

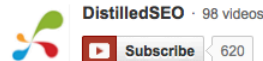
**LinkLove London - Friday 15<sup>th</sup> March** at The Brewery, London.

**9 expert speakers** - will be taking to the stage to share their **latest research** and give away awesome **tips and tricks** that will make your day job that much easier. [Check out the full schedule.](#)

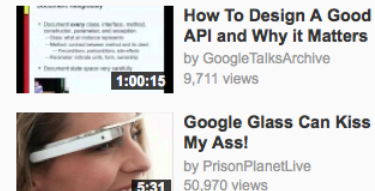
**3 networking breaks** - There will be several opportunities throughout the day (and at the after-party in the evening) to make those **vital industry contacts** that



#### API's and Linkbuilding with Richard Baxter and Will Critchlow



19 views



1) TASTES LIKE THIS, o cazar al cliente!

<http://youtu.be/hMY2LzL82oY> (generar

expectación con una conversación) →

eventos de pago



## 2) Usos del vídeo!

1) Comunicación interna corporativa.  
Video conferencing helps Korean company reduce costs and improve workplace efficiency

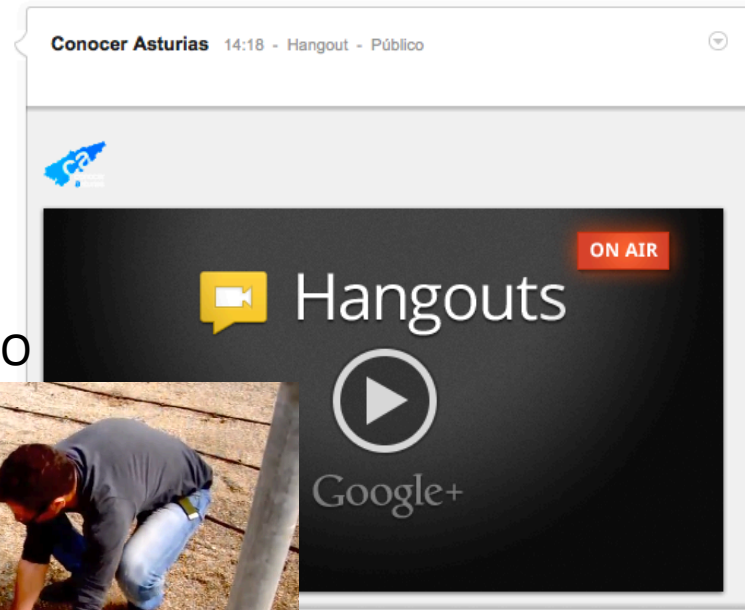
By Networks Asia Staff | Apr 27, 2012

¿Cual es el mayor inconveniente?



2) Que TRABAJE EL VIDEO!  
(Ahorro de costes y valor añadido)

3) Dept. comunicación; Conocer asturias!



2) Videoinstrucciones: QR en cajas?



4) ENFICONADO



## 2) Usos del vídeo!

Un piso a la venta..

## 2) Que TRABAJE EL VIDEO! (Ahorro de costes y valor añadido)



¿Qué ventajas tiene para una inmobiliaria? (4)

- 1) Ahorro en visitas
- 2) Visibilidad (el vídeo se comparte + posicionamiento)
- 3) Introducción en proceso de compra
- 4) Servicio al cliente que contrata exclusividad

A analizar.. ¿Cuándo se alcanza la máxima utilidad?

¡ Igual sucede con los coches !

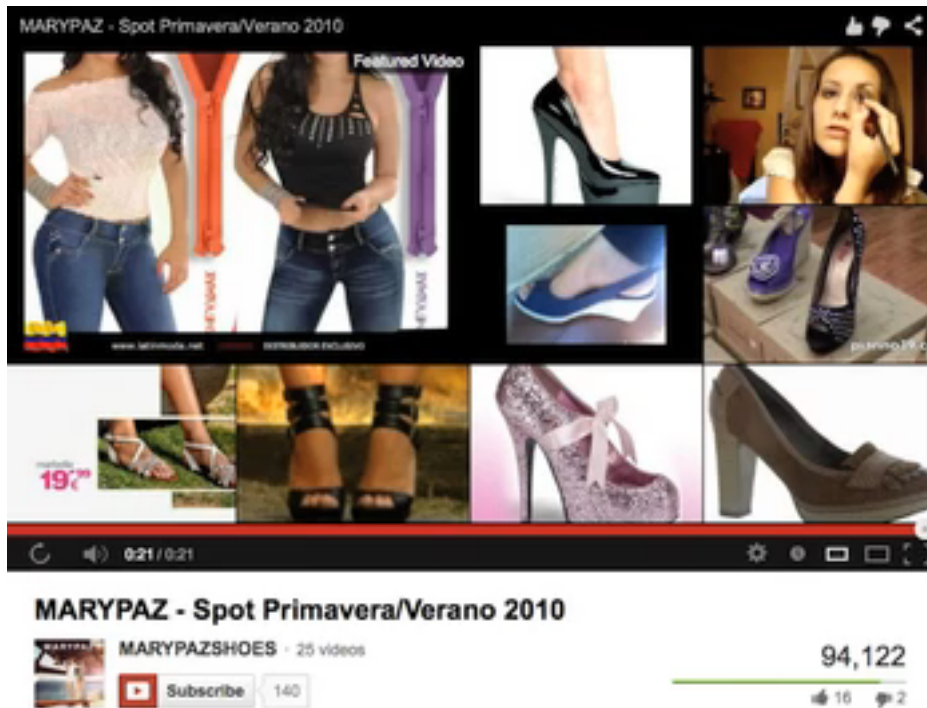
## 2) Usos del vídeo!

1) ¿Si vendieras zapatos..  
¿Cómo sería tu vídeo?

## 3) VENTA ONLINE

Zapatos MARYPAZ. En youtube desde 20120

portada



MARYPAZ - Spot Primavera/Verano 2010

Featured Video

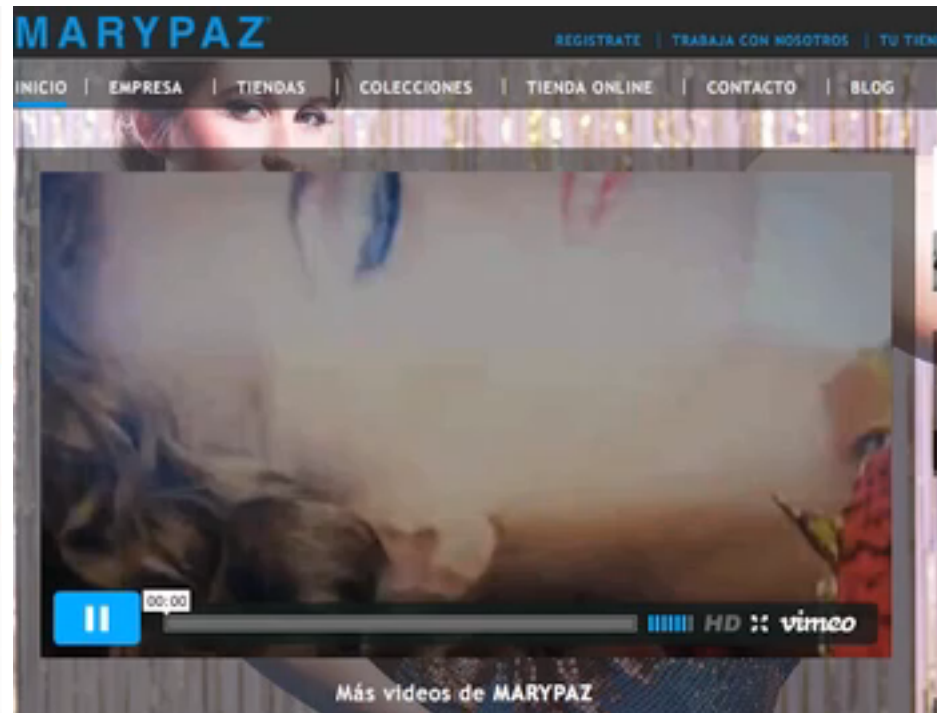
MARYPAZSHOES - 25 videos

Subscribe 140

94,122

16 2

Detailed description: This is a screenshot of a YouTube video player. The video title is 'MARYPAZ - Spot Primavera/Verano 2010'. The video content is a collage of images showing various styles of women's shoes, including high-heeled pumps, sandals, and loafers. The player interface shows a progress bar at 0:21 / 0:21, a volume icon, and a play button. Below the video, there is a channel name 'MARYPAZSHOES' with 25 videos, a 'Subscribe' button with 140 subscribers, and a view count of 94,122. There are also icons for likes (16) and shares (2).



MARYPAZ

REGISTRATE | TRABAJA CON NOSOTROS | TU TIENDA

INICIO | EMPRESA | TIENDAS | COLECCIONES | TIENDA ONLINE | CONTACTO | BLOG

Más videos de MARYPAZ

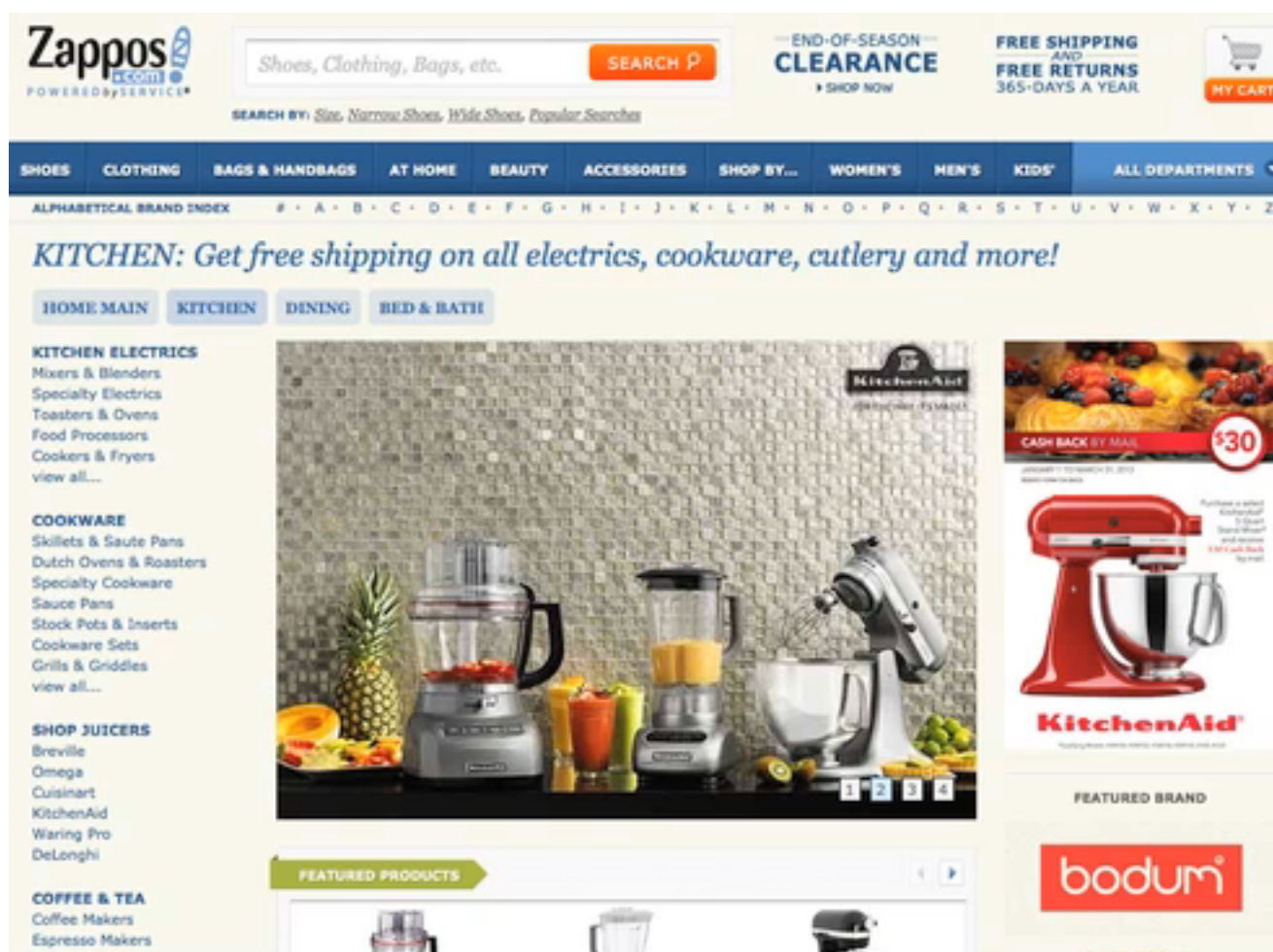
Detailed description: This is a screenshot of the MARYPAZ website homepage. The header features the brand name 'MARYPAZ' in large blue letters. Below the header is a navigation menu with links for 'INICIO', 'EMPRESA', 'TIENDAS', 'COLECCIONES', 'TIENDA ONLINE', 'CONTACTO', and 'BLOG'. There are also links for 'REGISTRATE', 'TRABAJA CON NOSOTROS', and 'TU TIENDA'. The main content area is dominated by a large, high-quality image of a woman's face, which is partially obscured by a video player interface. The video player shows a play button, a progress bar at 00:00, and the Vimeo logo. At the bottom of the page, there is a link that says 'Más videos de MARYPAZ'.

## 2) Usos del vídeo!

## 3) VENTA ONLINE

¿Cuántos vídeos hay en Zappos?

CON VIDEO →  
Tasa **conversión** aumenta



The screenshot shows the Zappos website interface. At the top, there's a search bar with the text "Shoes, Clothing, Bags, etc." and a "SEARCH" button. To the right, there are promotional banners for "END-OF-SEASON CLEARANCE" and "FREE SHIPPING AND FREE RETURNS 365-DAYS A YEAR". Below the search bar, there's a navigation menu with categories like SHOES, CLOTHING, BAGS & HANDBAGS, AT HOME, BEAUTY, ACCESSORIES, SHOP BY..., WOMEN'S, MEN'S, KIDS', and ALL DEPARTMENTS. The main content area is titled "KITCHEN: Get free shipping on all electrics, cookware, cutlery and more!". There are sub-navigation tabs for HOME MAIN, KITCHEN, DINING, and BED & BATH. The "KITCHEN ELECTRICS" section lists various appliances like Mixers & Blenders, Specialty Electrics, Toasters & Ovens, Food Processors, Cookers & Fryers, and view all... The "COOKWARE" section lists Skillets & Saute Pans, Dutch Ovens & Roasters, Specialty Cookware, Sauce Pans, Stock Pots & Inserts, Cookware Sets, Grills & Griddles, and view all... The "SHOP JUICERS" section lists Breville, Omega, Cuisinart, KitchenAid, Waring Pro, and DeLonghi. The "COFFEE & TEA" section lists Coffee Makers and Espresso Makers. The main product display features a KitchenAid mixer and a Bodum product. There are also promotional banners for "CASH BACK BY MAIL \$30" and "FEATURED BRAND bodum".

## 2) Usos del vídeo!

Se busca la vinculación emocional

Perdurar en la memoria

También válido para “quienes somos”!

## 4) STORYTELLING (vender)



No podemos memorizar los datos técnicos de algo, pero si podemos recordar una historia

## 2) Usos del vídeo!

### 4) STORYTELLING (vender)

Una adaptación a la venta de pisos..



Especializado en propiedades de lujo.

Pollos, perros, lo que sea.

3 Sorbus Court Calamvale, QLD

## 2) Usos del vídeo!

## 4) Marca Personal o cuando la empresa eres tu mismo



Social media examiner,  
su fundador cuenta la historia



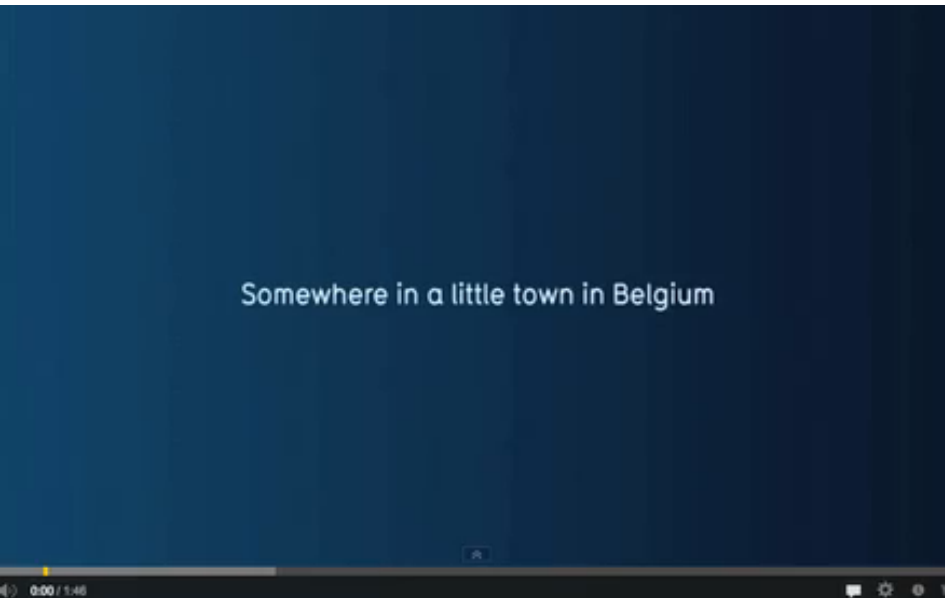
Martin cuenta como ganó su primer millón

## 2) Usos del vídeo!

# 5) Utilizar a la sociedad llamando su atención

Cómo una TV anuncia su contenido

Cómo NIVEA se divierte a costa del personal



Comentar - Compartir

as vieron esta publicación

Promocion

Estos vídeos no son baratos!!



## 2) Usos del vídeo!

### 6) PROMOCIÓN EVENTOS

Capturar **conversaciones:**  
El caso videomag

Luego lo analizamos  
con mas profundidad



## 2) Usos del vídeo!



## 7) PROMOCIONAR PRODUCTOS

Dar ideas de como combinar el producto  
Demostrar cómo funciona / Video explicativo  
Explicar las características (criterios!)

THERASUIT. Asistencia Integral de Pediatría en Sevilla

Gregorio Bruno · 5 videos

505 views

Recetas by Asemesa Asociación



1:10 / 3:26

INTERACEITUNA – Recetas – Tartar de bonito y aceitunas

Interaceituna · 127 videos  
Subscribe 25

799 views

1/27

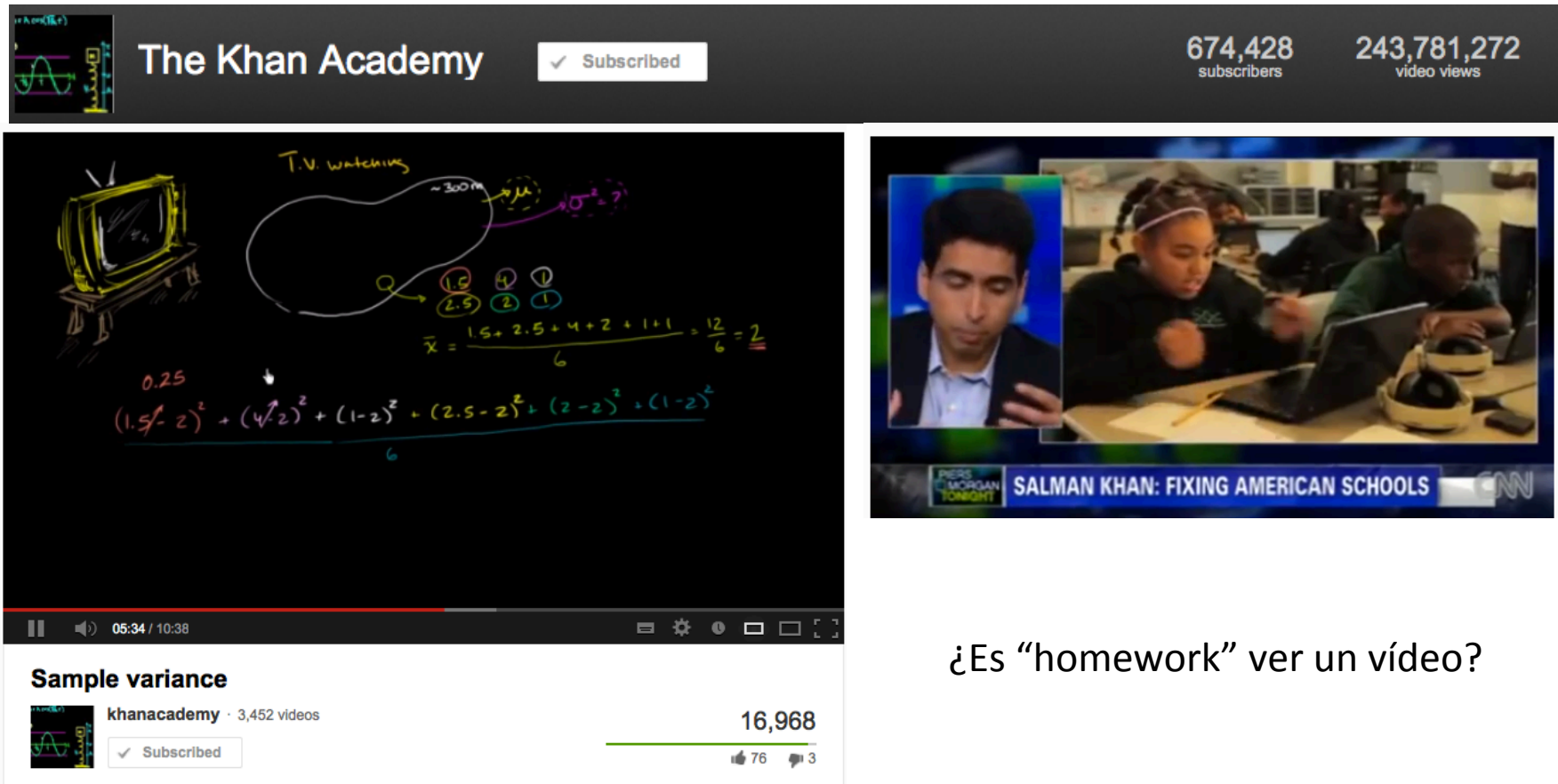
- 1 INTERACEITUNA – Recetas Tartar de bonito y ... by Interaceituna
- 2 INTERACEITUNA – Recetas Tomate aliñado con ... by Interaceituna
- 3 INTERACEITUNA – Recetas Brochetas de aceitu... by Interaceituna
- 4 INTERACEITUNA – Recetas Brochetas de aceitu... by Interaceituna
- 5 INTERACEITUNA – Recetas Chips crujientes de... by Interaceituna
- INTERACEITUNA – Recetas ...

Patatas a la suiza - Recetas de cocina by recetasOnline 26,802 1:40 FEATURED

## 2) Usos del vídeo!

## 6) E-Learning

Ideal para aquellos conceptos recurrentes!



The screenshot shows a YouTube interface. At the top, the channel name "The Khan Academy" is displayed with a "Subscribed" button, 674,428 subscribers, and 243,781,272 video views. The video content is split into two parts. The left part is a chalkboard-style video titled "Sample variance" from Khan Academy, showing a hand-drawn diagram of a TV labeled "T.V. watching" and a calculation for the mean of a set of numbers:  $\bar{x} = \frac{1.5 + 2.5 + 4 + 2 + 1 + 1}{6} = \frac{12}{6} = 2$ . Below this, the variance calculation is shown:  $(1.5 - 2)^2 + (4 - 2)^2 + (1 - 2)^2 + (2.5 - 2)^2 + (2 - 2)^2 + (1 - 2)^2$ . The right part is a CNN news clip titled "SALMAN KHAN: FIXING AMERICAN SCHOOLS" featuring Salman Khan in a classroom setting.

**Sample variance**  
khanacademy · 3,452 videos  
16,968  
Subscribed  
76 3

¿Es "homework" ver un vídeo?

## 2) Usos del vídeo!

## 6) E-Learning - PRL

De uso interno  
Para grandes organizaciones



## 2) Usos del vídeo!

## 7) DECIR HOLA!

- Hola, estoy aquí y hago esto.
- Esto es lo que hay alrededor
- Podrías hacer cosas así



### Welcome to the Connemara Hostel (Sleepzone)



marionlemoine29 · 1 video



Subscribe

1

647 views

👍 1 🗨️ 0

## 2) Usos del vídeo!

### 8) Prueba SOCIAL



Identifica **cuando y donde** tus clientes están **contentos**

¿Dónde está el **cénit de lo que vendes?**

Sobre todo.. Crea la **conversación** (¿qué es lo que + te ha gustado)

¿Tienes algún best case? ¿Identificas un caso feliz?

Pásalo a vídeo!

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

**RAZONAMIENTOS QUE  
NOS AYUDAN A  
ENCONTRAR  
CONTENIDOS**

**LO PRIMERO: MOTIVACIÓN DEL VIDEO**

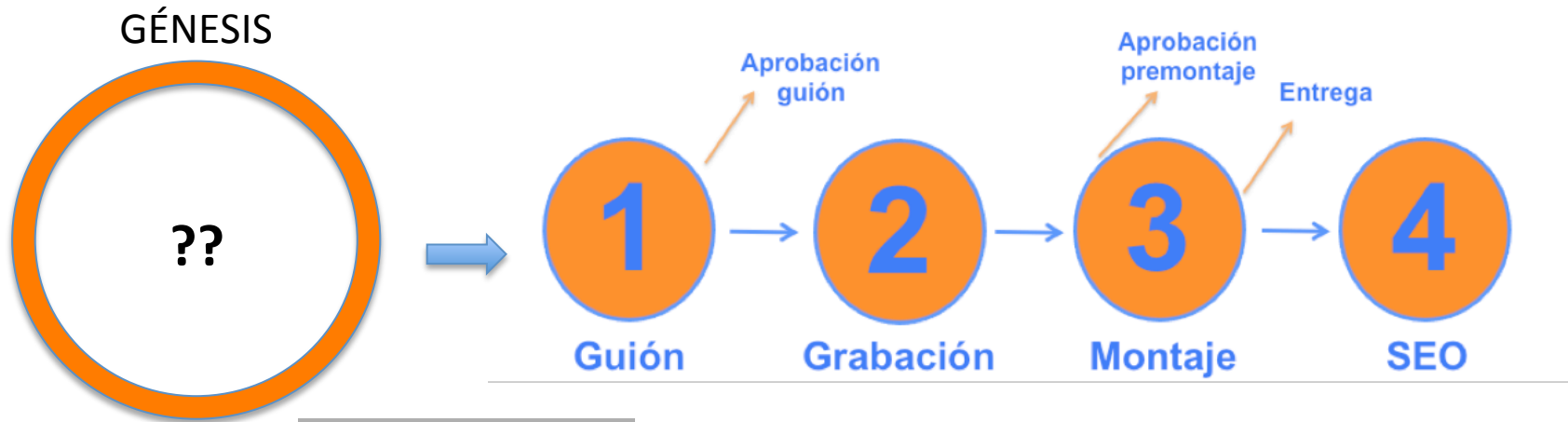
**MÉTODO 1: LA LINEA DE TIEMPO**

**MÉTODO 2: STAKEHOLDERS**

**MÉTODO 3: EL ETIQUETADO**

Nada científico!!

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo



**10000000 VISITAS EN YOUTUBE!!**

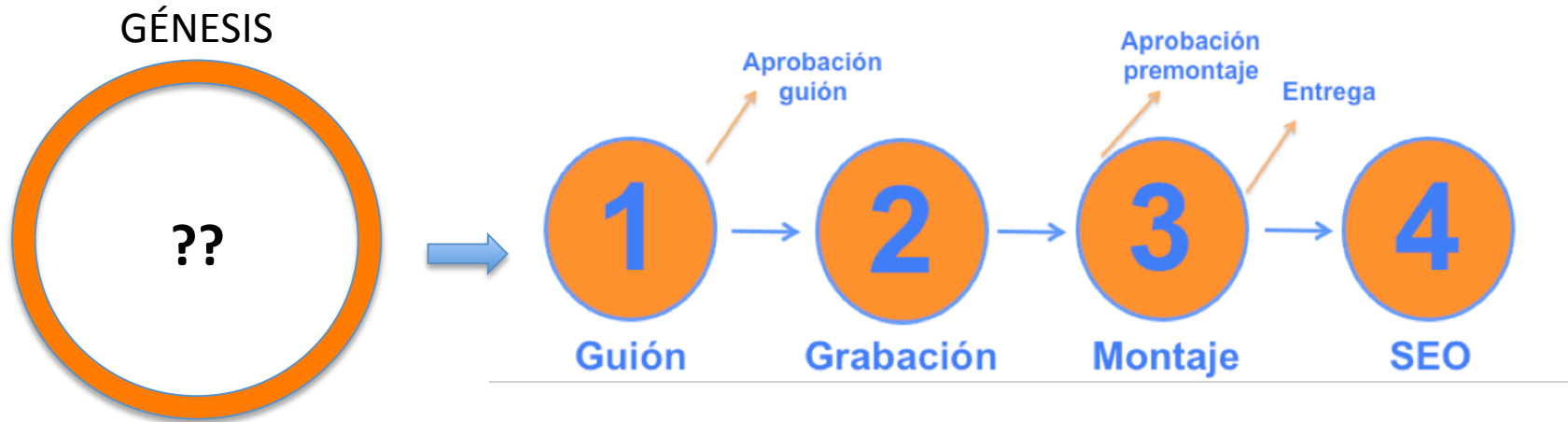
Me lleva a un objetivo      Objetivo ≠ Consecuencia

EL PROBLEMA NACE POR HACER ESTE PLANTEAMIENTO: **“TENEMOS QUE HACER UN VÍDEO”**

SI.. ESTÁ DE MODA.. DE QUÉ LO HACEMOS?? → IDEA ORIGINAL: HACER UN VIDEO



### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo



**SIENTE CUAL ES LA MOTIVACIÓN**

**NUEVO PLANTEAMIENTO:** NECESITAMOS CONECTAR CON CLIENTES RUSOS DE 30 AÑOS, QUE SEPAN QUE EXISTIMOS! OBJETIVO del VIDEO → INCITARLES A PROBAR NUESTRO SERVICIO.

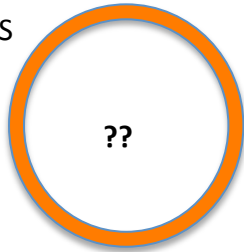
AHORA QUIZÁ TENGAS UNA BUENA RAZÓN PARA HACER UN VÍDEO 😊

**ES UNA FORMA DE PRESERVAR EL CONTENIDO, QUE ES LO MAS IMPORTANTE**

*El contenido decide el formato*

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

GÉNESIS



#### MÉTODO 1: LA LINEA DE TIEMPO

- 1) PINTAR UNA LINEA DE PROCESOS SECUENCIALES
- 2) LANZAR PREGUNTAS Y EXPLORAR LA LINEA

¿Quién interviene?

¿Qué es fundamental?

¿Por qué esto y no aquello?

¿Dónde ocurre?

¿Qué elementos intervienen? ¿Qué papel juegan?

Ejemplo: busquemos contenidos en un gimnasio

Se podría escribir un libro de “como preparar una excursión de una tarde”

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

#### MÉTODO 2: STAKEHOLDERS

#### Relaciones y conversaciones

#### Stakeholders

- Prescriptores
- **Cientes**
- Clientes potenciales
- Suministradores
- Empresa auxiliar
- Media
- Socios
- Distribuidores
- Junta Andalucía
- Empleados
- Enemigos
- ...



EMPRESA

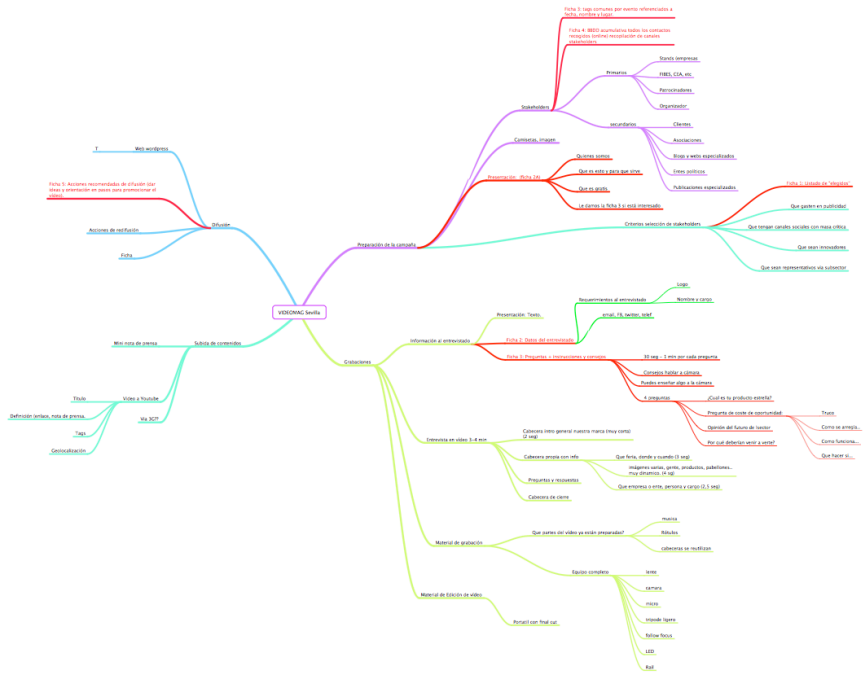
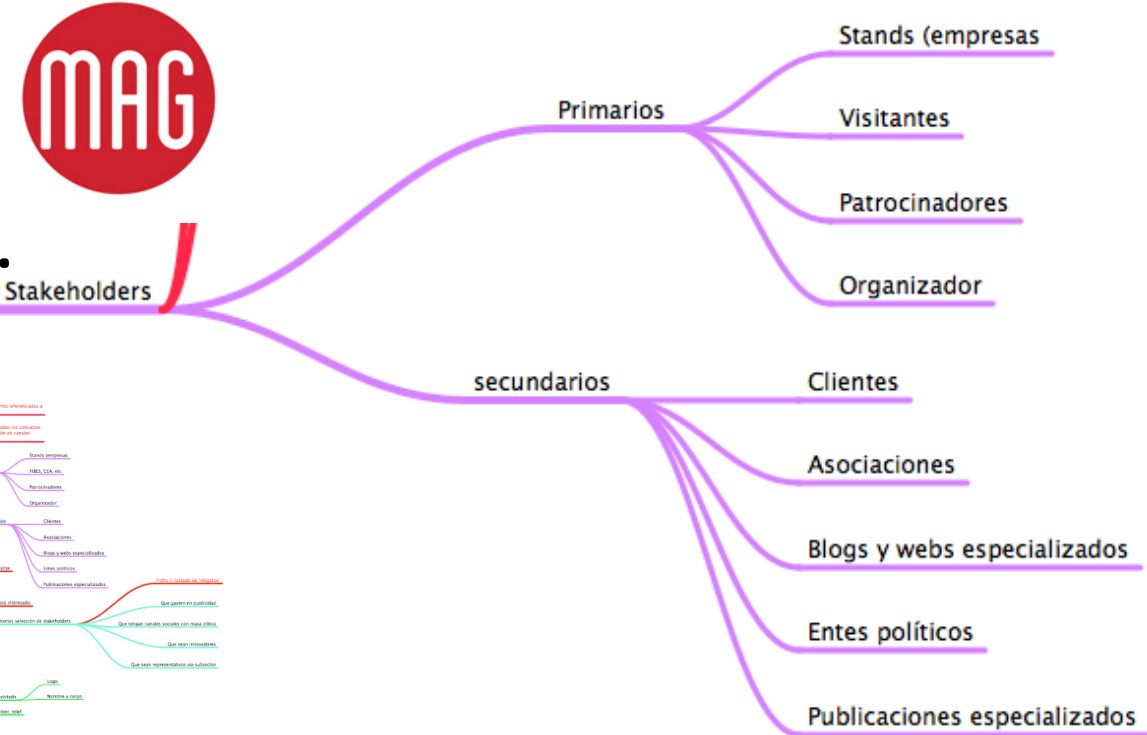


## 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

### MÉTODO 2: STAKEHOLDERS

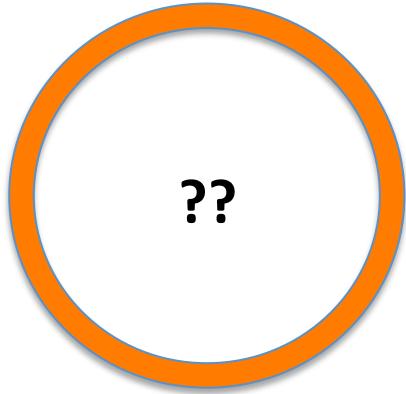


Lo aplicamos a una feria y..



### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

GÉNESIS



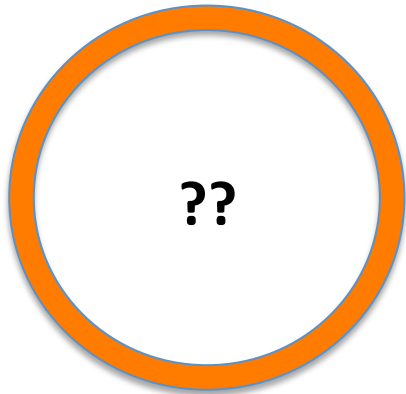
**MÉTODO 3: EL ETIQUETADO y la semántica**



- 1) Define la imagen sin decir lo que es
- 2) Ahora imagina que tienes una tienda de running que está en Almería. Busca contenidos

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

GÉNESIS



**MÉTODO 3: EL ETIQUETADO y la semántica**

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

EJERCICIO INDIVIDUAL:

IDENTIFICAR 2 CONTENIDOS EN TU NEGOCIO

5 min

**RAZONAMIENTOS QUE  
NOS AYUDAN A  
ENCONTRAR  
CONTENIDOS**

**LO PRIMERO: MOTIVACIÓN DEL VIDEO**

**MÉTODO 1: LA LINEA DE TIEMPO**

**MÉTODO 2: STAKEHOLDERS**

**MÉTODO 3: EL ETIQUETADO**

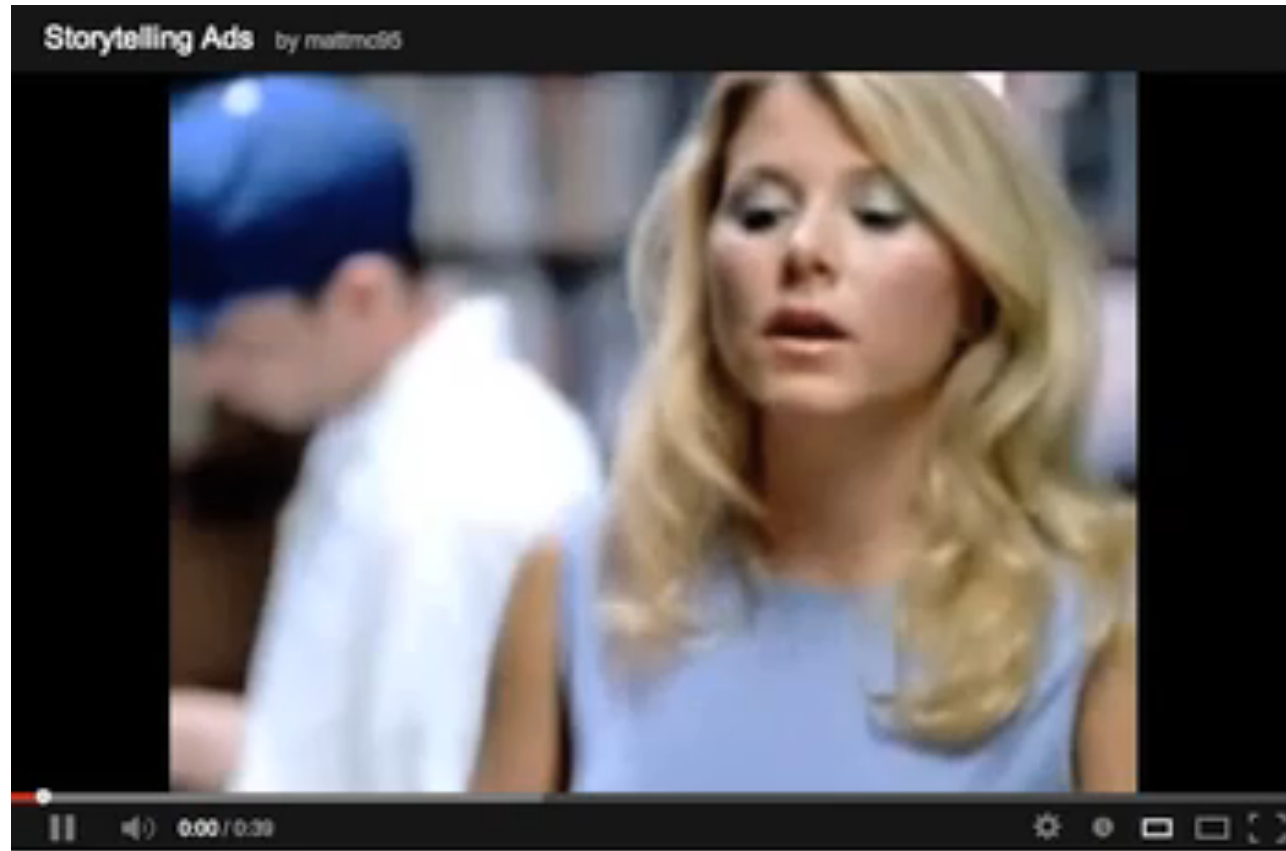
### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

OTROS PUNTOS DE VISTA



#### **APLICAR LO HUMANO A LO MATERIAL**

Vemos la aplicación de el tópico de que por muy guap@ que seas de poco te servirá si no hay un mínimo de inteligencia





### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

OTROS PUNTOS DE VISTA



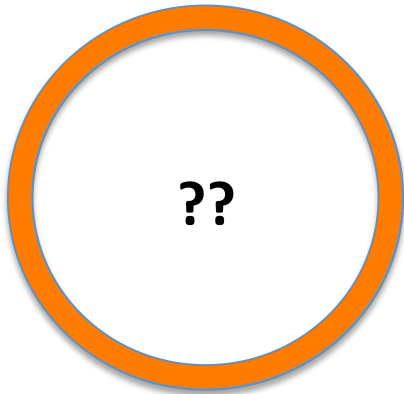
#### EL HUMOR

El humor no falla! Por lo general funciona mejor cuando no es tan evidente



### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

OTROS PUNTOS DE VISTA

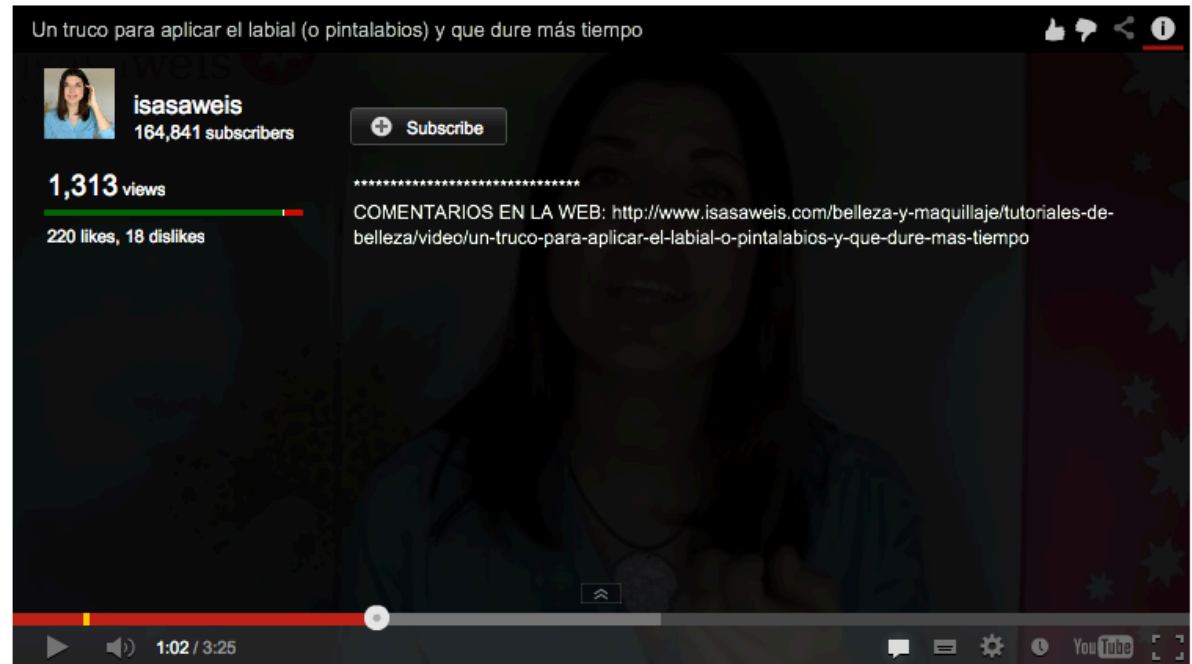


**ENSEÑAR / Compartir conocimientos.**

Quando aprendes generas lealtad, respeto y gratitud de quien aprendiste. Ya sea un don nadie de la red o la Cámara de Comercio.

Un truco para aplicar el labial (o pintalabios) y que dure más tiempo

Publicado hace 10 horas



Nota personal : hay una burbuja de vídeos de belleza

### 3) Identificación de contenidos. Génesis del vídeo

Deberías de conseguir algunas de estas consecuencias

Tráfico,  
visibilidad,  
branding

Ventas

Lealtad,  
reputación

Crea contenidos pensando en objetivos

**Objetivo  $\neq$  Consecuencia**

Ejemplo de objetivo: quiero hacer un vídeo para demostrar lo que hace mi producto  
La consecuencia es que lo venderé mas.

#### 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo

### LO QUE SI...

- Recortes! Sólo info relevante: Corto, mejor
- Compatible/ Compartible

- CONOCER LA MOTIVACIÓN DEL VIDEO (así tendrá valor)
- DEDICAR TIEMPO AL GUIÓN
- LIBERTAD CREATIVA
- CONVENIENTE EN UN MARCO ESTRATÉGICO

#### 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo

### LO QUE NO...

## Perder la chispa de la naturalidad Por eso hay que identificar el momento

Con ustedes.. Unos clientes de golf forzados



#### 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo

### LO QUE NO...



### LUZ Y SONIDO

Que se lo digan al videocv..



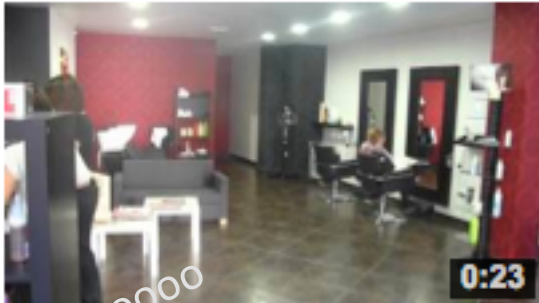
♪ → ojo!

## 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo

### LO QUE NO...

# SUBIR A INTERNET DE CUALQUIER FORMA

- Títulos del archivo
- Etiquetas, descripción..
- Formato compatible HD



### **Peluqueria Misiego&AguadoPELUQUEROS.MOV**

by **Misiego Aguado PELUQUEROS** • 5 months ago • 60 views

las instalaciones de la peluquería Misiego&Aguado **PELUQUEROS!** c/ san

HD

#### 4) Lo que SI y lo que NO en un vídeo

### LO QUE NO...

## UN COMIENZO LENTO

Tras 1 minuto de vídeo, un 53% de personas se habrá marchado. ¿Que ocurre si el vídeo no se reproduce?

Mira con quien se lleva bien el servidor de vídeos (**codecs**)

En 10 segundos se han ido la mitad, **si no se reproduce**

Lo mas importante al final... NO! Es cuando menos gente queda 😊

La **paciencia** depende de:

- 1)La duración del vídeo
- 2)El terminal donde se ve, la conexión





## 5) El vídeo tras ser creado

### ELEGIR REPRODUCTOR PÚBLICO o PRIVADO

# El reproductor de vídeo

Veamos un ejemplo de uno privado

¿Podremos vender algún día en el mismo vídeo?

### SuperEmbed Builder

Embed type ?

Player customization ?

Social sharing ?

Call to action ?

Interactive transcript ?

Capture email ?

#### Embed code

copy

```
<iframe src="http://fast.wistia.net/embed/iframe/4d8229898d7controlsVisibleOnLoad=true&playerColor=152ee8&plugin%5BpostRoll-v1%5D%5Braw%5D=%3Cdiv%20style%3D%22text-align%3A%20center%22%3E%3C%20href%3D%22%2F%22%20onClick%3D%22openCta%28%29%3B%20return%20false%3B%22%20style%3D%22color%3A%20white%3B%20text-decoration%3A%20none%3B%20display%3A%20shrink
```

This is what will appear on the page



## 5) El vídeo tras ser creado

### El reproductor de vídeo

#### Público (vimeo, Youtube)

Indexación ok

Sugerencias del propio Youtube

Socialización regular (enlaces internos p. ej)

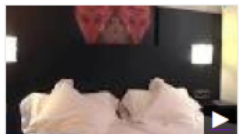
Adaptación streaming mejorable

Multipantalla ok

Contenido seguro.. NO

Pérdida de branding porque aparece Youtube

#### Hotel Del Pintor Baratísimo!



[www.quehoteles.com/hotel-de-malaga-Del-...](http://www.quehoteles.com/hotel-de-malaga-Del-...) Comparti  
02/08/2007

Reservas en el **hotel Del Pintor**, de Malaga. Reservas a  
19 49, precio ... que está al lado. Encontrará ...

Más vídeos de [alamos hotel del pintor](#) »

Ejemplo de rich snippet

#### Privado

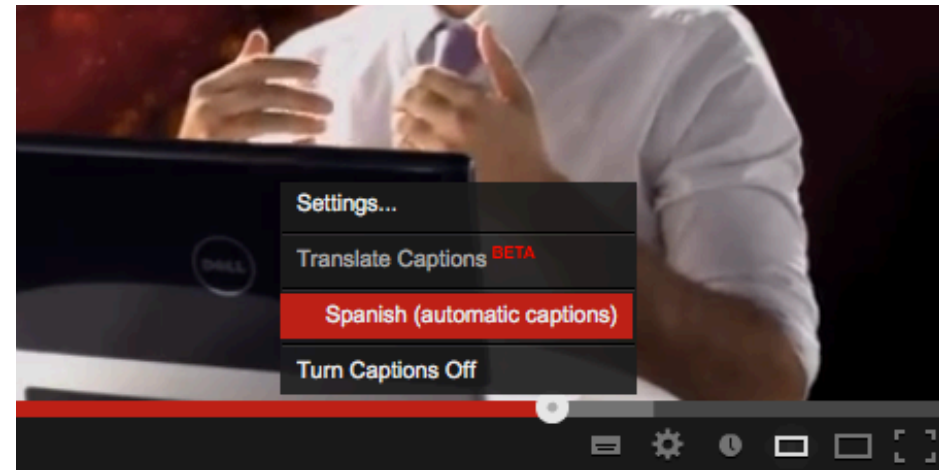
- Mas multiplataforma y reconoce terminal
- Mas SEO (sitemap xml) y rich snippets (fragmentos enriquecidos)
- Control completo sobre stats
- Customización visor
- Call to action (social, http, mailto)
- Ventana lateral / playlist
- Enlaces a tu propia web cuando tu quieras
- Sin problemas musica copyright
- Embebible en cualquier sitio preservando tu customización del visor
- Frame en portada elegible
- Logo insertable

## 5) El vídeo tras ser creado

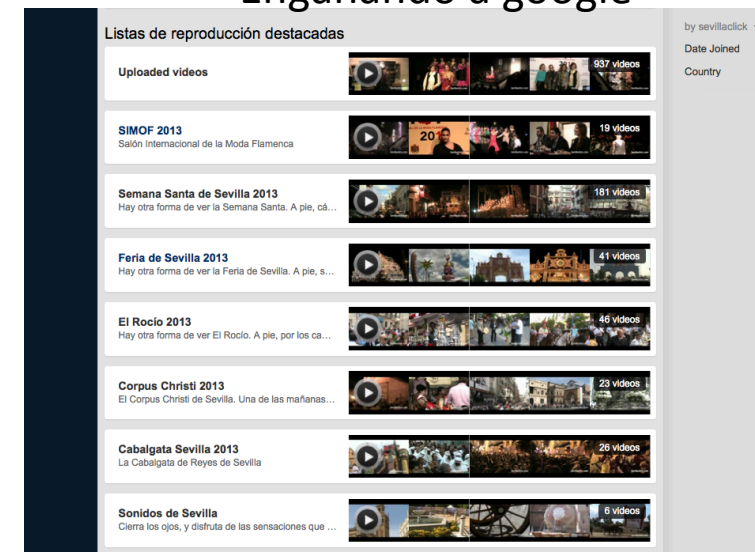
### Colocar el vídeo en YouTube

- Título (incluye keywords)
- Descripción con enlace
- Etiquetas
- Geoposicionamiento
- ¿Closed captions? (hay empresas que lo hacen porque google lo lee!)

### Ejemplo de captions automáticos



### Engañando a google



## 5) El vídeo tras ser creado

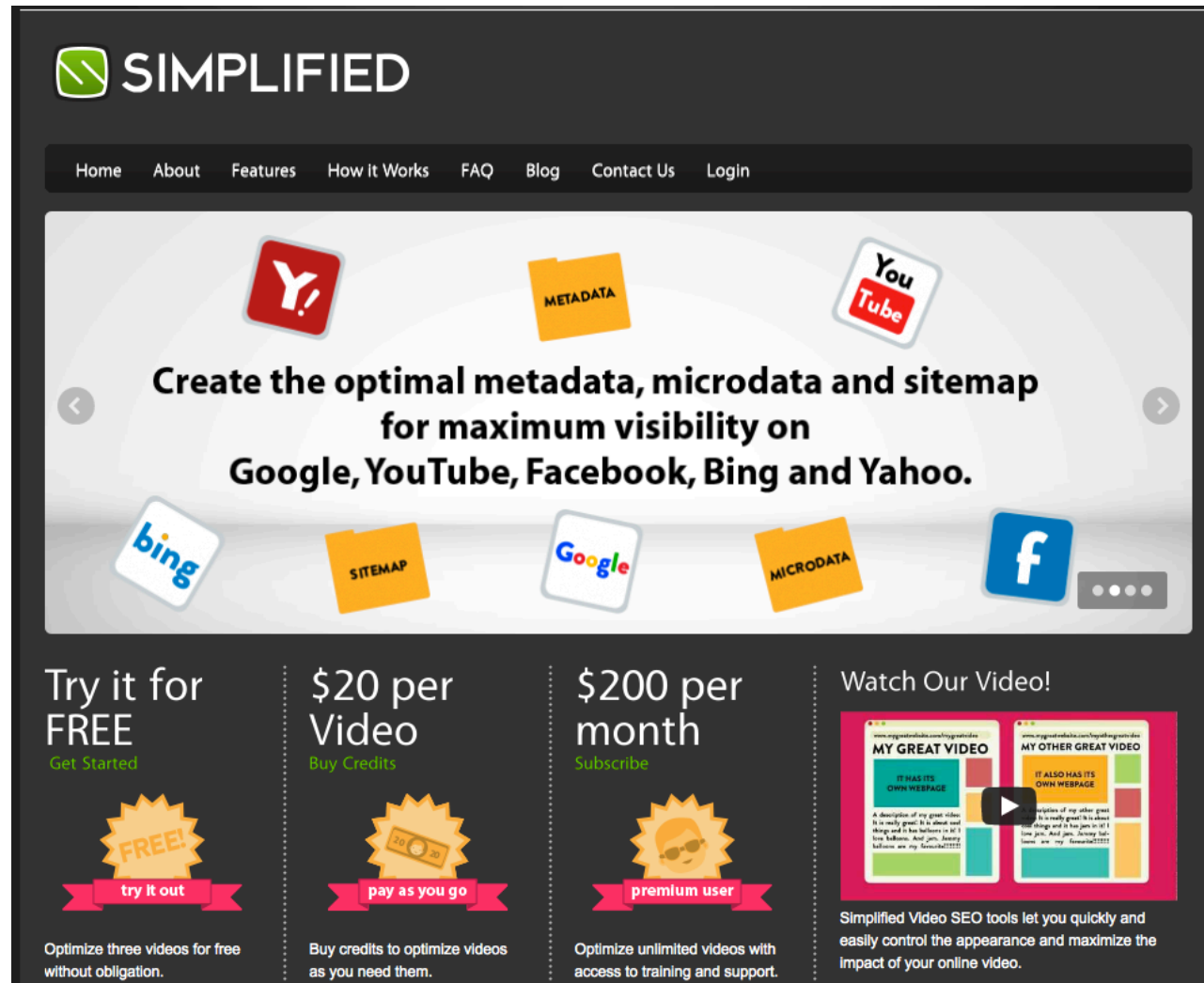
### Colocar el vídeo en YouTube

Asocia tu web al canal youtube (para partners)

Responder a otros vídeos

Moverlo en redes

Y experimentar con iniciativas como esta



**SIMPLIFIED**

Home About Features How it Works FAQ Blog Contact Us Login

Create the optimal metadata, microdata and sitemap for maximum visibility on Google, YouTube, Facebook, Bing and Yahoo.

Try it for **FREE** Get Started

**\$20 per Video** Buy Credits

**\$200 per month** Subscribe

Watch Our Video!

Optimize three videos for free without obligation.

Buy credits to optimize videos as you need them.

Optimize unlimited videos with access to training and support.

Simplified Video SEO tools let you quickly and easily control the appearance and maximize the impact of your online video.

## 5) El vídeo tras ser creado

### Llamadas a la acción

Interacción a tope



Saltar a la característica TAL de nuestro producto

## 5) El vídeo tras ser creado

### ESTADÍSTICAS

Nos fijaremos en estos datos: 

SEXO  
EDAD  
UBICACIÓN REPRODUCCIÓN  
FUENTES DE TRÁFICO  
ENGAGEMENT (reacciones)  
PALABRAS CLAVE

COMPARATIVA TIEMPO DE VISIONADO RELATIVO de 2 vídeos

DURACIÓN	MEDIA TOTAL VISIONADO	VISTAS	% visualización	Total minutos visualizados
4 min	1 min	2.000	25%	2000 min
1 min	45 seg.	2.000	75%	1500 min

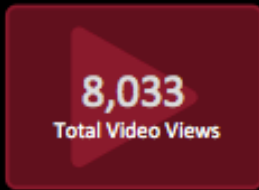
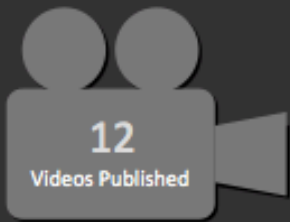
**Se trata de retener a la audiencia!!**

>70% ... OK!

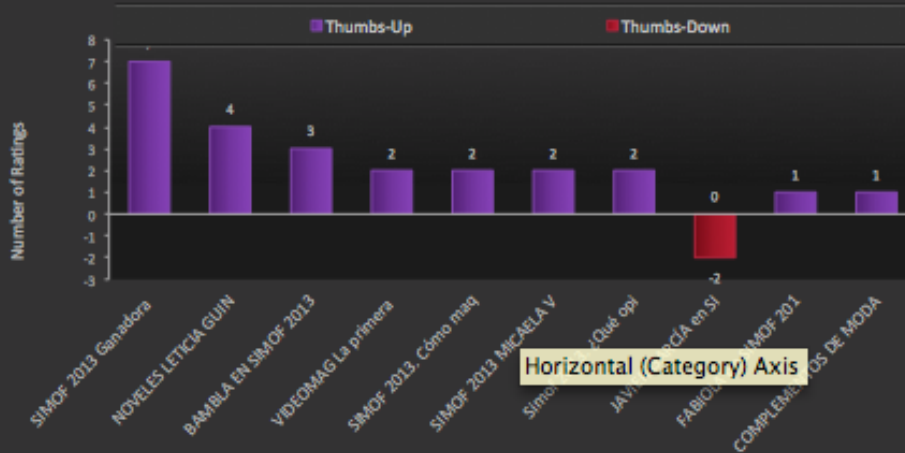
## 5) El vídeo tras ser creado

### ESTADÍSTICAS!

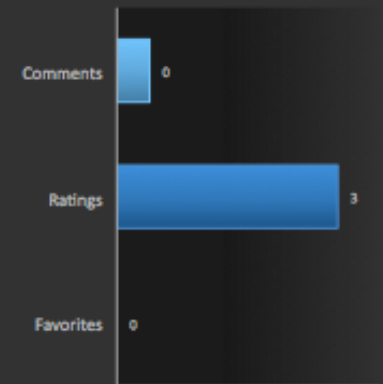
#### YouTube Engagement Snapshot



#### Most Rated Videos



#### Engagement Per 1,000 Views



Horizontal (Category) Axis

## 5) El vídeo tras ser creado

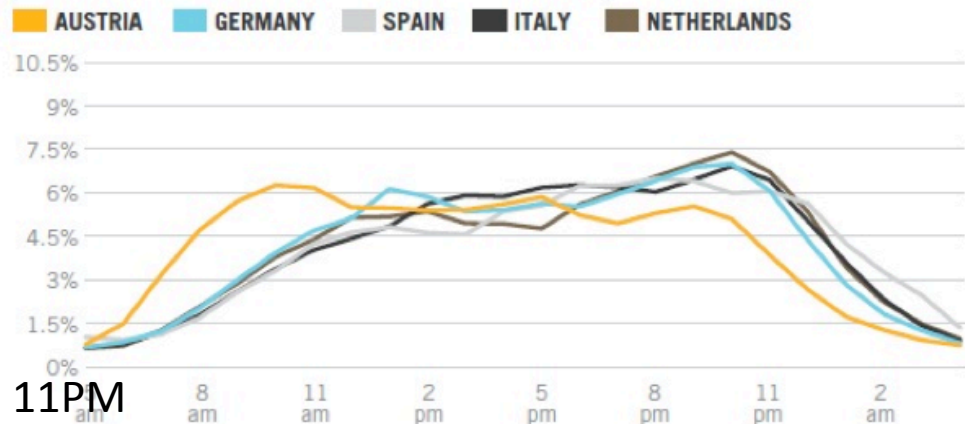
### Lanzar o promover los vídeos

SIEMPRE CONVIENE  
CONSULTAR ESTADÍSTICAS

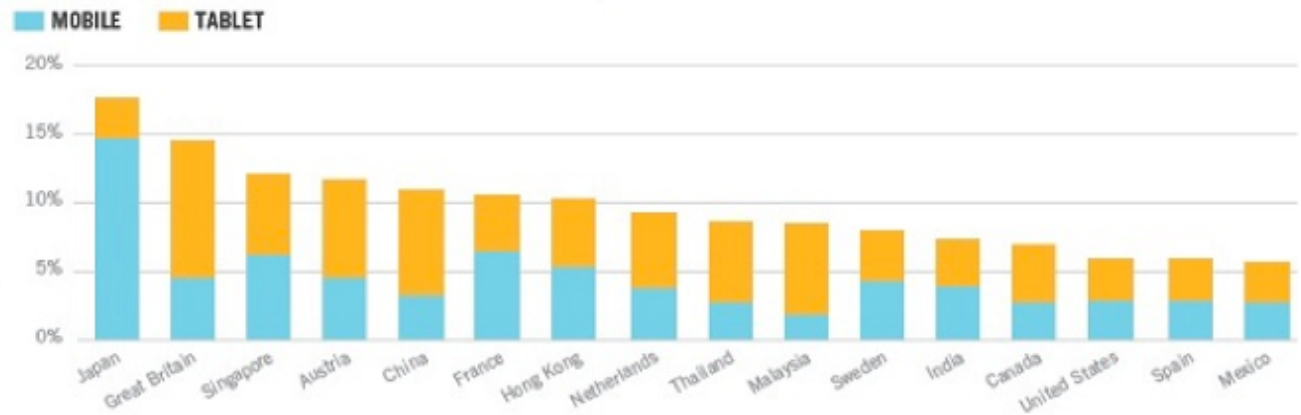
No es lo mismo las 5PM que las 11PM

#### Europe

Time watched by hour, Europe Q2 2012



Global viewership: mobile and tablet Q2 2012



Adaptar el formato del vídeo:

Diferencias movil o tableta

JP / UK



## 6) Medir el éxito de un vídeo

### A tener en cuenta → Las estadísticas sobre todo

Meta global	Métrica
Notoriedad de la marca	Menciones Vistas del vídeo Búsqueda de la marca Estudios
Engagement	Tiempo visualización Actividad menciones
Conversiones	Estadísticas google Ventas Rebote y salida
Enlaces	Enlaces directos Embebedidos Comparticiones sociales

## 6) Medir el éxito del vídeo

Por qué el VR es tan importante en el mundo del vídeo y la venta online?

**VR = VIEW RATE** – Comparación de veces que se vió el vídeo vs veces que se vió la web

Interesa que sea alto porque quien ve un vídeo tiene mas posibilidades de comprar.

## 6) Medir el éxito de un vídeo

### Fijémonos en un ROI de Infografías

Aplicable al vídeo

QUICKSROUT  
NEIL PATEL

- 47 infografías
- 600 USD cada una
- 2 años
- **28,2K USD** total spent



- 2,512,596 visitantes
- 41,142 enlaces
- 3,741 dominios únicos

- 41,359 tweets
- 20,859 likes

- ¿Cuanto cuesta 1 tweet?
- ¿Cuanto cuesta 1 enlace?
- ¿Cuanto cuesta 1 visita?

**\$1,072,905.80 pagando**

## 7) El anuncio ideal de Youtube

Veamos.. Es un anuncio que suele ser **pre-roll**.

### EN CUALQUIER CASO:

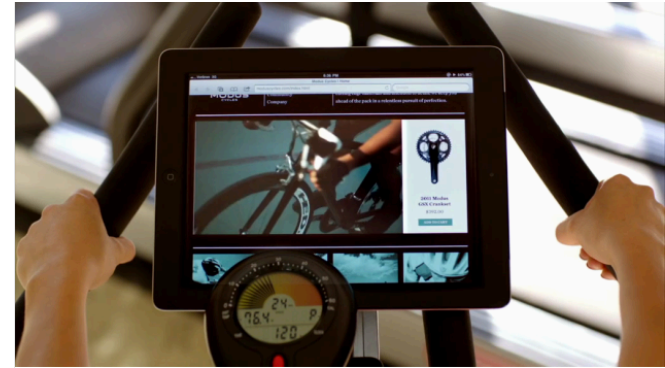
- 5 primeros segundos: que encanche!
- El vídeo tiene que ser corto, de 15 a 30 segundos
- El contenido sigue siendo el rey
- Cuidado con los tópicos (felicidad por montar en el coche)

### PARA DISEÑARLO:

- 1) Quién es tu audiencia?
- 2) Dónde se expone?
- 3) Visual ayuda a acortar

### Y SI ES LARGO?

1. MAS PRESUPUESTO
2. UNA BUENA HISTORIA



## 7) El anuncio ideal de Youtube



LOS DATOS DE NUESTRO VIDEOFOTO

Google ADWORDS para vídeo es parecido a otros formatos

...diste al play, quizá al escuchar la palabra "vida" lo encantó. ¿Fué adecuada la duración de este vídeo? se calor "sentimental" que el vídeo evoca si lo

...a hacer publicidad es un tema clásico en cualquier como será nuestro vídeo. Realmente no hay reglas bertad para crear un mensaje que llegue, al fin y al dad: no hay correlación contrastada entre viralidad

↓	Visualizaciones <small>?</small>	CPV medio <small>?</small>	Total cost <small>?</small>	Website clicks <small>?</small>	Vídeo reproducido al: <small>?</small>			
					25%	50%	75%	100%
	325	0,01 €	3,25 €	6	87%	69%	65%	61%

<input type="checkbox"/>	<span style="color: green;">●</span> Anuncio	Video	Estado <small>?</small>	<input type="checkbox"/> Impresiones
<input type="checkbox"/>	<p>¿Necesitas un vídeo?</p> <p><small>0:26</small></p> <p><a href="#">Vista previa del anuncio</a></p>	Hacer video con fotos	Publicación Aprobado	541

## 8) Hacer un guión de un vídeo

### Modelo para video explicativo de producto

#### INTRO:

Segundos introductorios con una definición de tu producto

#### CIRCUNSTANCIAS y PROBLEMA:

Todo producto se vende porque resuelve un problema. Tu vídeo debe hablar del problema, monstruito, barrera, impedimento que desconocemos como resolver.

En ocasiones no existe realmente un problema sino una innovación

**PREGUNTAS:** Aquí generamos una expectativa, por ejemplo ¿y si fuera posible tal y tal?

**NUESTRO PRODUCTO:** Expón, muestra y enseña con toda la intención del mundo las características específicas de tu producto que da soluciones a problemas que también son específicos y que tus clientes potenciales conocen.

**LLAMADA A LA ACCIÓN:** Busca la manera de meter un breve mensaje invitando a probarlo, a llamar por skype, a enviar una información para dar feedback, etc.

**UN APARTADO DE “ADEMÁS”:** Quizá existan algunas características que te interesen pero que son secundarias. Aprende a diferenciarlas de las principales, quizá no te de tiempo a incluirlas.

## 8) Hacer un guión de un vídeo

### Modelo para video explicativo

Veamos otro ejemplo!

#### EL GUIÓN

1. Lo que sucede
2. Lo que necesitas
3. El problema
4. Pregunta poderosa
5. Presentación del producto
6. Características de producto



#### EL CONTENIDO

- 1) Bombardeo a la gente con marketing
- 2) Alcanzar a tu cliente presupuesto limitado
- 3) Muchos gastando dinero ineficazmente
- 4) ¿Como vas a llegar a tu cliente?
- 5) Con Allday giveaways! Que es blabla
- 6) blabla

## IDEAS TO TAKE AWAY:

- 1) Forever sedientos ...son **motivaciones humanas**: piensa como responder con el vídeo!
- 2) EL VIDEO ES UN PEZ: Allí donde exista una pantalla, podemos colocar nuestro vídeo. Las pantallas también están en los bolsillos o en la parte trasera del reposacabezas del conductor.
- 3) 9 de 10 vídeos mas vistos en Ytb tienen que ver con la música.
- 4) ¿Realmente el vídeo es el mejor formato?
- 5) Crea muchos contenidos y que sean pequeñitos
- 6) Hacer un vídeo= Metodología, orden. Lo primero es el guión y es lo mas importante
- 7) Piensa en el proceso de compra.. ¿Estás hablando de criterios?
- 8) Objetivo ≠ Consecuencia. Crea contenidos pensando en objetivos





**GRACIAS!!!**

**APLICACIÓN DEL VÍDEO A UN NEGOCIO:  
CONCEPTOS BÁSICOS**