

Videomarketing de tendencia a imprescindible en tu plan de marketing digital



Seguirá marcando la estrategia digital en los próximos años porque:

en 1 mes

genera más contenido en Internet que el generado en TV en 30 años.

70%

del tráfico de YouTube procede del móvil.

4.000.000

de videos vistos al día. Solo en YouTube + 1.000 millones de usuarios.

77%

de las empresas B2C utilizan YouTube en su plan digital.

YouTube es x11

veces mayor que Facebook en horas vistas.

6/10

suscriptores seguirían el consejo de compra de su youtuber "de cabecera".

40 min.

de promedio por sesión por usuarios en YouTube.

España

está entre los 5 países de + crecimiento en contenido subido.



¿Qué debes tener en cuenta en la estrategia de videomarketing para tu empresa? Una marca no es un Youtuber:

Tienen su **público** fiel.

Han tardado años en crear una **comunidad basada en la confianza**.

No siguen una "línea editorial" marcada por un medio o por una empresa.

Percepción de los usuarios cuando la marca "entra en escena". Recelo y alteración del equilibrio que hasta entonces existía entre contenido y comunidad.

@icemd



Branded content y publicidad nativa son la nueva forma de entender la publicidad en Internet:



Ofrece un **valor añadido** no es "vender tu libro".



Los **contenidos publicitarios** provocan desconfianza. El consumidor puede abandonarte en cualquier momento.



Al vincularse a un youtuber debes tener en cuenta el target y la imagen que se asocia a tu empresa.



Características específicas de formato, SEO y promoción de YouTube:

Best practices:

- ▶ Títulos, **descripciones SEO**, colaboraciones con otros canales.
- ▶ "**Estilo de imagen**" y tono del video (NEG estilo de imagen - tono).
- ▶ **Timing**.
- ▶ Colocación de "**call-to-action**".
- ▶ **Duración** del video.

¿Quieres especializarte en Marketing Digital?



Programa Superior en Marketing Digital

+ INFO

Alezeya Sánchez,
Directora y presentadora de Punto Zero en TICbeat y profesora de ICEMD