



¿Cómo triunfar con los nuevos formatos de video en redes?



ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA

| Soy BARRANQUILLA

Presentado por: Daniella Hernández

Primeros pasos

- ✓ Reels y TikTok: lo que hay que saber
- ✓ ¿Por qué usarlos en tu negocio?
- ✓ Categorías principales de video
- ✓ Caja de herramientas
- ✓ Buenas prácticas y recomendaciones

Reels y TikTok: lo que hay que saber



- Nace en China en 2016 con el nombre Douyin y en 2017 se lanza internacionalmente como TikTok.
- En octubre de 2020, la aplicación superó las 2 mil millones de descargas.
- 800 millones de usuarios activos.
- Videos verticales de entre 15 y 60 segundos. Hasta 3 minutos para ciertos usuarios.
- Temas frecuentes: retos de música y baile, gastronomía, humor y aprendizaje.



- Formato creado en agosto de 2020 por la plataforma Instagram como respuesta al éxito de TikTok.
- El formato que más privilegia la red social actualmente.
- Videos verticales. de entre 15 y 30 segundos de extensión. Recientemente, se extendieron a 60.



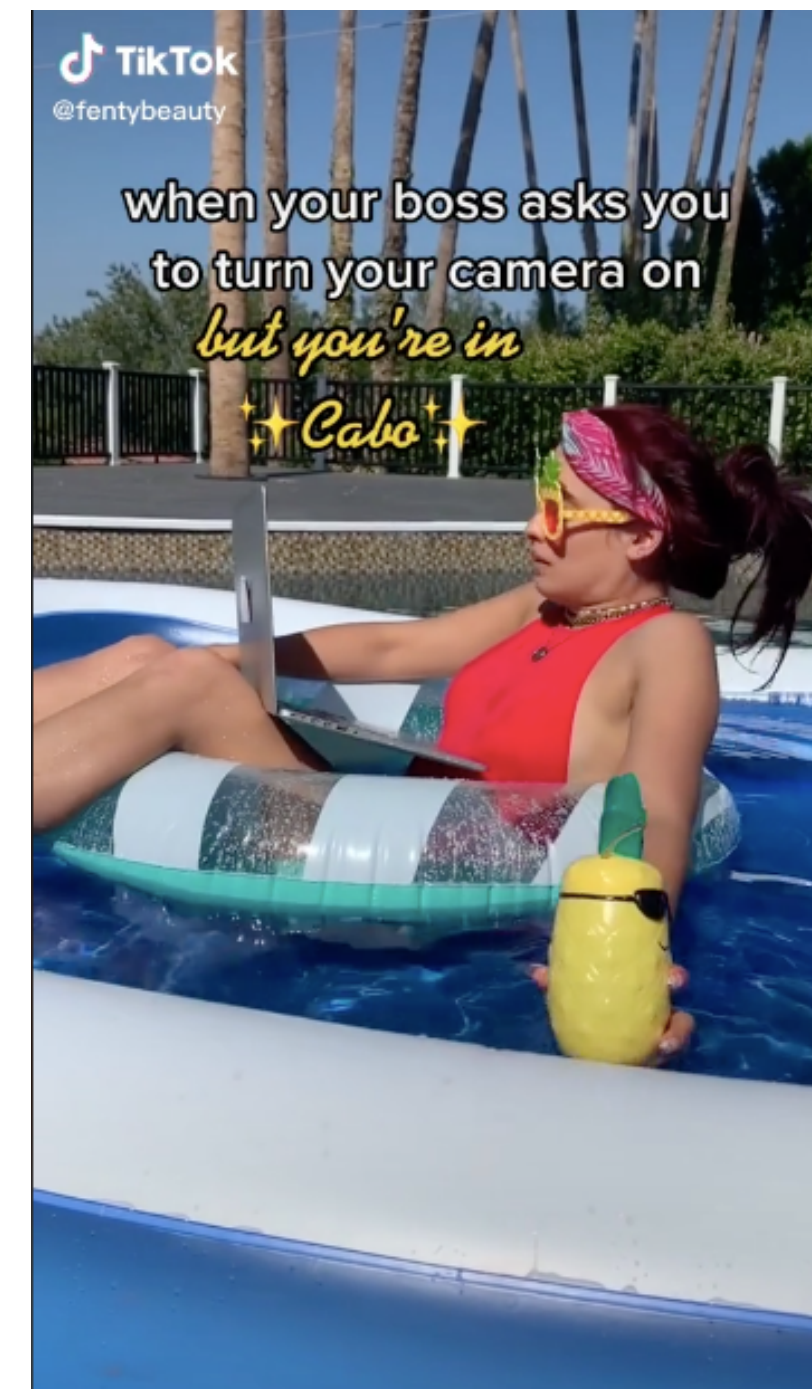
ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA

| Soy BARRANQUILLA

¿Por qué usarlos en tu negocio?

- Lo quieres dar a conocer entre un público más joven.
- Te da la facilidad de mostrar tu producto o servicio de forma sencilla y en video
- Le da un componente cercano, informal y ligero a tu marca (esto no aplica para todos los temas).
- Vale la pena incursionar en nuevos formatos.

Algunas marcas para inspirarte



Categorías principales de video

Creación propia: es el contenido que debe ser más protagónico en la estrategia. Algunos elementos para el éxito:

- Autenticidad: aquí se privilegia el contenido hecho con celular e iluminación natural.
- Rostros: la mejor forma de interactuar y generar conexión con tu audiencia/clientela.
- Ingredientes mágicos: elementos que gustan en la plataforma como animales, comida, niños, tips.
- Comedia: TikTok es para muchos un espacio para escaparse, aprovecha eso para hacer a tu audiencia reír.
- Empatía: Los usuarios consumen lo que entienden y conocen. No veas este canal como uno de publicidad tradicional.
- Retos: súmate a ellos o créalos y haz que la red sea partícipe.

Categorías principales de video

Generado por usuarios: Conforme las cuentas crecen, hay más oportunidades de interactuar con usuarios que recrean los videos que creas, hacen sus propios videos con tu producto o servicio, se graban respondiendo a tus publicaciones o hacen “duetos” con estas. Es una gran forma de conectar con tus clientes y de generar contenido para tu cuenta.

- Otra buena estrategia es buscar hashtags relacionados a tu empresa e interactuar o recrear publicaciones que encuentres.

Categorías principales de video

Generado por usuarios: Conforme las cuentas crecen, hay más oportunidades de interactuar con usuarios que recrean los videos que creas, hacen sus propios videos con tu producto o servicio, se graban respondiendo a tus publicaciones o hacen “duetos” con estas. Es una gran forma de conectar con tus clientes y de generar contenido para tu cuenta.

- Otra buena estrategia es buscar hashtags relacionados a tu empresa e interactuar o recrear publicaciones que encuentres.

Categorías principales de video

Generado por influenciadores: aliados para dar a conocer tu contenido en otras plataformas y audiencias. Algunos criterios para seleccionarlos

- Que tenga una alta incidencia interacción.
- Que se relacionen con tu nicho.
- Que hayan trabajado con la competencia o marcas similares a la tuya.

Caja de herramientas

- InShot (editor de video)
- Quik (editor de video)
- Splice (editor de video)
- Canva (recomendado para animaciones)
- Mojo (animaciones y transiciones)
- Unfold (animaciones y transiciones)
- Captions (para subtítular)

Medidas indispensables

Duración reels: De 15 a 30 segundos

Duración TikTok: Hasta 1 minuto

Medidas de video: 1080 x 1920 pixeles

Formato: Vertical

Buenas prácticas y recomendaciones

- Tener claro que quieres mostrar o decir.
- No tratar de vender, más bien aportar valor y/o contar historias. Es más probable atraer la conversión así.
- Adaptarse a tendencias en sonidos, música y filtros, entre otros.
- Buscar constantemente de nuevos formatos y narrativas (ambas plataformas tienen espacios para explorar contenido afin).
- Subtitular o aportar el suficiente texto para que la persona pueda ver el video sin sonido, es además una acción inclusiva.
- Aprovechar el editor propio de la App, sea para incluir música, filtros o textos.

Veamos cómo lo hacen los emprendedores



GRACIAS