

Parte 1: Engánchalos

Debes hacer una aseveración/pregunta/enunciado abordando directamente el tema que tratarás de tal forma que llames la atención de tu público.

Ejemplo

“¿Quieres saber cómo bajar de peso a través de una sencilla dieta económica? Mira este video hasta el final, porque voy a enseñarte una serie de recetas simples que te ayudarán a bajar y mantener tu peso en tiempo récord.”

Tips

- Abre en frío abordando el tema sin rodeos.
- Diles exactamente lo que el video hará por ellos.
- Manténlo corto, de 10 segundos aproximadamente.
- Di y muestra esto antes de cualquier efecto de introducción o animación.

Parte 2: Logo Opener

Esta es una escena breve y rápida, de aproximadamente 5 o 6 segundos, donde se muestra tu logo. Puede utilizarse alguna plantilla de video especial para este fin.

Ejemplo

*Aparece logo con escenas rápidas de videos anteriores, eventos, etc.

Tips

- Se puede hacer un opener que se utilice varias veces en tus videos.
- Puedes buscar plantillas como “logo opener” o “youtube opener”, las cuáles se pueden editar en diversas apps y softwares.

Parte 3: Introducción

Preséntate con tu audiencia. Explícale a las personas quién eres y lo que podrás hacer por ellos y cómo lo harás.

Ejemplo

“¡Hola! Soy José, experto en computadoras y te voy a ayudar a eliminar los virus de tu computadora en 5 sencillos pasos que te ayudarán a tener un equipo más seguro, más

rápido y de mayor rendimiento.

Tips

- Preséntate a ti mism@.
- Expande el “gancho”.
- Dile a tus espectadores que tienen que ver el video completo para obtener el beneficio.

Parte 4: Problema

Describe y sacude el problema que estás por resolver. La idea es presentar el problema que las personas están teniendo y las dificultades que esto atrae para despertar el sentimiento de frustración pero también esperanza de que si ven tu video obtendrán una solución.

Tienes que sacudir el problema y sus consecuencias de lo que pierdes a raíz del problema, como perder dinero, o que te ocurra algo malo como la muerte.

Ejemplo

“¿Te ha pasado que has ido a escuelas de inglés pero al terminar los cursos te sientes como si no hubieras aprendido nada?”

Tips

- Identifica las problemáticas exactas que las personas tienen.
- Describe de la manera más puntual y exacta posible el problema o situación que las personas están enfrentando.
- NO seas demasiado general, queriendo abarcar a más personas, sé específico.

Parte 5: Solución + contenido

Aquí presentamos la solución o pasos a seguir (a manera de receta) para que las personas resuelvan el problema que están teniendo.

Harás una lista de los pasos que las personas deben ejecutar para poder dar solución al problema específico.

Ejemplo

“Paso número 1. Haz una lista de todas las personas que han sido tus clientes, para tener muy en claro dónde comenzar tu base de datos a fin de aumentar tus ventas efectivamente. Es más fácil siempre venderle a alguien a quien ya le has vendido algo,

porque ya conocen lo que tú ofreces.

Paso número 2”.

Tips

- Mantenlo simple y humano.
- No uses palabras complejas.
- Sé tu mism@

Parte 6: Resumen

Al final de la solución, haz una mención de cada uno de los puntos abordados durante el contenido.

Ejemplo

“Y estos son los 3 pasos que debes seguir para poder aumentar tus ventas: 1) contactar más personas, 2) darles seguimiento y 3) tratarlos bien.”

Parte 7: Llamado a la acción

¿Qué es lo que quieres que la gente haga? En el caso de Youtube, te interesa que se suscriban. En Facebook, el interés radica en darle Like a la página de Facebook y también en Compartir el contenido.

Ejemplo

“Te invito a que me dejes tus comentarios y preguntas en los comentarios de este video. Si te gustó el contenido, COMPARTE y SUSCRÍBETE para recibir mis futuros tutoriales/videos/contenidos.”

Tips

- Te recomendamos tener un lead magnet como un eBook gratuito, masterclass, webinar, etc.
- El objetivo de crear podcast es ir formando una comunidad de seguidores pero sobre todo de suscriptores en una lista donde tengas sus datos (nombre y correo electrónico).

Parte 8: Outro

Esta es una pieza realizada también como el locutor. A diferencia del opener (intro) el objetivo es despedir a la audiencia y dar más información sobre donde encontrar tus contenidos.

Esta pieza tiene de 15 a 30 segundos de duración.

Ejemplo

“Gracias por escucharnos. Te invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales. Nos encuentras en Facebook e Instagram. Suscríbete al podcast para no perderte futuros contenidos”