



UNA LISTA DE HOOTSUITE

Crear un video para las redes

¿Listo para crear un video para las redes? Usa esta lista como un mapa para este proceso. Si quieres estrategias más profundizadas sobre planificar, crear y distribuir videos sociales, descarga nuestra [guía de estrategia para videos en las redes sociales](#).



Establece un objetivo para tu video.

Adapta el objetivo a una meta empresarial, por ejemplo, crear reconocimiento de la marca o dirigir tráfico web. Saber desde el comienzo lo que quieres que logre tu video te ayudará a especificar las ideas de contenido y medir el éxito.



Elige la red social.

Considera dónde ya has construido una comunidad, qué plataforma usa principalmente tu audiencia y cómo es más probable que consuman videos.



Elige un género y estilo.

Los videos necesitan proporcionar algo de utilidad o valor al espectador para tener éxito en las redes sociales. ¿Tu video va a educar? ¿Entretener? ¿Inspirar? ¿Vas a hacer esto mediante un tutorial o un video de guía práctica? ¿Tal vez un documental o un tour entre bastidores? Decide cuál será la manera más eficaz de contar tu historia y logra el objetivo de tu video.



Elige un formato.

Los formatos de video vienen en muchas formas y tamaños: transmisiones en vivo, realidad virtual 360, clips cortos para plataformas como Instagram, o videos largos de mayor calidad para YouTube. Elige el formato que tenga más sentido para tu objetivo, tus recursos disponibles y tu marca.



Consigue tus recursos de producción.

El valor de producción de tu video es un reflejo directo de tu marca. A menos que tu video sea una animación, necesitará buena iluminación, sonido adecuado y gente que esté cómoda frente a una cámara. Algunos formatos, actualizaciones de video en directo de una conferencia por ejemplo, no necesitarán tanta producción, pero aún deben ser agradables de ver.



Crea un cronograma.

Establece tanto la fecha de filmación como la de publicación para tu video, y asegúrate de que has asignado suficiente tiempo entremedias para editar, revisar y conseguir aprobaciones.



Crea un guión gráfico y escrito.

Usa un formato AV (audiovisual) para tu guión. Un guión gráfico podría ser tan simple como fotos de referencia que consigues en línea, para que eso pueda ayudar a tu equipo de producción a obtener un sentido de tu visión y expectativas.



Filma y edita tu video.

Encuentra una ubicación que encaje con el concepto de tu video y tenga mínimos ruidos de fondo que puedas gestionar en caso necesario. Para contenido de video de formato largo, intenta usar un programa de edición de calidad como Adobe Premiere o Final Cut X para producir la versión final de tu video.



Sube y comparte tu video.

Con Hootsuite puedes publicar, programar y compartir tu video en YouTube, Facebook, Twitter o Instagram, todo desde una plataforma. Tras haber compartido tu video, puedes usar Hootsuite para supervisar, gestionar y contestar directamente a comentarios de tu audiencia.



[Comparte tus videos en las redes con Hootsuite](#)