

Serie Marketing en Español libro 3

Como aprovechar el **VIDEO BLOG** al máximo

*Transforma Lectores Pasivos en
Fanáticos Que Queden Pegados a Tu Blog*



Josué Rodríguez

SERIE MARKETING EN ESPAÑOL

Cómo Aprovechar el Video Blog Al Máximo

TRANSFORMA LECTORES PASIVOS EN FANÁTICOS QUE QUEDEN
PEGADOS A TU BLOG

Por Josué Rodríguez

Copyright 2012 by Josué Rodríguez

Digital Edition v. 2.3.7.13

© 2012 Editorial Imagen, Córdoba, Argentina

Editorialimagen.com

ISBN: 9781465937483

Smashwords Edition, License Notes

This ebook is licensed for your personal enjoyment only. This ebook may not be re-sold or given away to other people. If you would like to share this book with another person, please purchase an additional copy for each recipient. If you're reading this book and did not purchase it, or it was not purchased for your use only, then please return to Smashwords.com and purchase your own copy. Thank you for respecting the hard work of this author.

Libros de Regalo


 Muchas gracias por adquirir este libro. Nos gustaría aprovechar la oportunidad para obsequiarte un paquete que contiene los 3 libros más vendidos de nuestra editorial. Por tiempo limitado puedes conseguirlos visitando esta página: <http://editorialimagen.com/smash-autoayuda/>

TABLA DE CONTENIDO

[Introducción](#)

[Video blogging: ¿Qué es y por qué debo utilizarlo?](#)

[Cómo crear un blog de vídeo](#)

[Tipos de Video Blogs](#)

[Creación de vídeos Irresistibles](#)

[Ganar Dinero Con Tu Videoblog](#)

INTRODUCCIÓN

Pienso que los blogs pueden tener un impacto gigante en tu negocio en línea y ahora AUN MÁS con el espectacular crecimiento en popularidad de los videoblogs.

Si todavía no estás utilizando vídeo en tus blogs, cartas de ventas o productos de información estás perdiendo una gran oportunidad.

Este informe te proporcionará todos los conocimientos, estrategias y herramientas que necesitas para convertirte en un videoblogger exitoso y beneficiarte con esta explosiva forma de comunicar.

Todo lo que necesitas hacer es ponerte en acción.

VIDEO BLOGGING: ¿QUÉ ES Y POR QUÉ DEBO UTILIZARLO?

Los blogs de vídeo se están convirtiendo día a día en una de las tendencias más populares de Internet. Sin embargo, como la preparación de blogs utilizando video -a menudo llamado "vidding" o "videoblogging" es algo aun relativamente nuevo en comparación con los métodos más tradicionales de difusión de información a través de Internet, mucha gente no se encuentra familiarizada con los pormenores del proceso.

Allí es donde entra en escena este manual de ayuda. Haciendo uso de él podrás hacer frente a tu audiencia cibernética con todo el glamour y vanguardia que el vídeo ofrece. La relevancia que puede llegar a tener esta técnica para informar puede incluso sorprenderte más de lo que imaginas.

No importa el tiempo que haga que estás en internet, estoy seguro que estás familiarizado con los blogs. Un blog -abreviatura para "weblog"- es básicamente una secuencia de artículos que se actualiza constantemente. Los blogs son utilizados para diversos fines a través de Internet, desde la auto-promoción a la promoción corporativa, el fortalecimiento de la libertad de expresión y prácticamente todo lo que a ella se relacione.

Los blogs tienen gran valor para los sitios web que los utilicen adecuadamente. A

través de un blog, un sitio web puede mostrar lo activo que es, así como tener la ventaja de llegar constantemente a la audiencia del sitio con información nueva y actualizada.

Un blog es a menudo la principal razón por la que los usuarios regresan a ciertos sitios. Ya que la mayoría de contenido de un sitio web suele ser estático, el dinamismo de un buen blog mantiene al espectador volviendo constantemente a por más información una y otra vez.

Un videoblog es similar, salvo que en lugar de artículos de texto se alimenta con videos. Lo sorprendente y positivo de los videoblogs es que revoluciona totalmente el propósito y el alcance de un blog ya que se transporta del texto fijo a la imagen en movimiento.

Por ejemplo, si tienes un blog de viajes, un videoblog te permitirá brindar a tus lectores un contenido más real y atractivo del que podrías lograr con una simple redacción.

No todos somos Hemingway, no todos tenemos la gran habilidad para escribir de una manera que resulte atractiva para nuestros lectores y esto no debiera ser impedimento para poder contar con un blog en plena era de la información. Aquí es donde el video blog entra en escena.

¿Quieres que la experiencia de los lectores se potencie al máximo? Entonces no solo lo cuentes con palabras: con el videoblog puedes mostrar lo que tu desees tal como si ellos lo estuvieran viendo en la televisión. ¡El poder de la televisión ahora a tu alcance a través de internet!

Los videoblogs también son muy útiles para quienes manejan sitios web "how-to" o "hágalo usted mismo". En lugar de realizar un trabajoso manual paso a paso y agonizando sobre la elección de las palabras a utilizar para ser entendido, ¿por qué no colocar una cámara y grabar el proceso de cambiar un neumático, reparar paredes, tocar guitarra, jugar al tenis o soldar una tubería?

Aun si nunca has oído hablar de los videoblogs antes, no se trata de un fenómeno aislado que sólo conocen los gurúes o los más vanguardistas. El mundo del video en internet existe y ha venido creciendo desde principios de los años 2000s, un paseo por YouTube te mostrará cómo ha ido prosperando la comunidad de

usuarios que publican vídeo en internet hasta llegar al crecimiento explosivo de los últimos dos años hasta la actualidad.

Incluso existe un premio anual de videoblogs que se viene celebrando desde 2006 y la innovación es constante. Cada día encontramos nuevas ideas que realmente nos sorprenden a la hora de transmitir contenido mediante video.

Los videoblogs son una excelente manera de difundir y obtener información en relación a productos, servicios y opiniones de las temáticas más variadas. De la misma manera que los blogs tradicionales se convirtieron en un verdadero éxito debido a la frecuencia de sus actualizaciones transformándolos en una entidad viviente en contraposición con los websites, el blog de vídeo logra lo mismo pero además pone rostro y movimiento a sus productos, lo que sin duda capta un interés más profundo en la audiencia.

Los videoblogs verdaderamente permiten que ingreses en cada hogar con tus productos, ideas o servicios de una manera que ningún otro medio puede lograr.

Entonces ¿Qué es el videoblogging?

Es una forma muy efectiva de compartir información a través de la mayor red de usuarios del mundo y con la tecnología más moderna. Si la utilizas correctamente, puedes obtener en poco tiempo que tu cara y tus productos se conozcan en todo el mundo con un mayor impacto y eficacia que en cualquier otro método de publicidad. Especialmente a un costo tan bajo.

¿Por qué debería tener un videoblog?

Es eficaz, es barato, y la mayoría de la gente está de acuerdo en que ¡es divertido!

CÓMO CREAR UN BLOG DE VÍDEO

Bien, habiendo realizado una introducción de la importancia de los videoblogs en la difusión de la información, el siguiente paso en el que seguramente estarás interesado es conocer qué es lo que necesitas para comenzar ya mismo con un videoblog, la mejor forma de conseguir publicar tus videos y que estos se vean a lo largo y ancho de internet

Pasos a seguir

Compra un nombre de dominio y contrata un servicio de hosting. Es preferible

registrar un nombre con extensión .COM. La razón es simple, los dominios .COM son más fáciles de recordar por la gente.

Si tu idea es crear un videoblog sobre ti mismo, registra un nombre de dominio que incluya tu propio nombre. Esto te ayudará mucho con tu "branding" personal. Si estás planificando crear un videoblog para un nicho diferente, deberás tratar de conseguir las palabras clave más importantes del rubro y colocarlas dentro del nombre de dominio.

Existen centenares de sitios y empresas que se encargan a registrar dominios. Uno de los sitios más conocidos en el registro de nombres de dominio es GoDaddy.Com que cobran alrededor de \$10 para registrar tu nombre de dominio por un año.

Un paquete de alojamiento profesional (hosting) también es muy accesible hoy en día. Una de las empresas más conocidas es Hostgator, donde puedes abrir una cuenta de hosting por menos de US 10 mensuales.

WordPress

WordPress es un software libre que crea y gestiona blogs. Existen plataformas de hosting que vienen con este programa pre-instalado, caso contrario deberás descargarlo desde el sitio WordPress.Com e instalarlo en tu servidor. Existen en la página de Wordpress instrucciones muy detalladas sobre como lograrlo.

Obtén algún plugin de YouTube para Wordpress. Luego de instalado, será muy fácil integrar vídeos de YouTube en su blog de WordPress utilizando uno de los tantos plugins que pueden descargarse gratuitamente.

En mi blog, yo utilizo Viper's Video Quicktags que me permite incrustar vídeos de YouTube y otros sitios populares para compartir vídeos como: Daily Motion, Vimeo Viddler, y otros.

Cuando lo creas conveniente, consigue un programa de video más avanzado para instalar en tu servidor. Pasamos a explicarte. Si bien la utilización de los videos publicados en YouTube es suficiente para empezar, llegará un momento en que necesitarás algo un poco más robusto y profesional.

Por ejemplo si deseas producir un vídeo más largo que el límite de 15 minutos de YouTube, puedes crear un vídeo TOP SECRET sólo disponible para tus clientes o

suscriptores, en lugar de colocarlo libremente al alcance de todos.

En estas circunstancias, es posible que desees alojar tus vídeos en Amazon (todos los grandes actores de la comercialización del Internet lo hacen) y considerar el uso de Easy Video Player para integrar fácilmente tus vídeos en tu blog.

El esquema que presentamos en este reporte está destinado más que nada a la creación de vídeo en un blog corriente donde los visitantes pueden ingresar a ver tus videos y también colocarlos a disposición para ser descargados.

En términos generales es una buena idea dar a tus espectadores la opción para escuchar o descargar según sea su interés.

Muchos videobloggers también se aprovechan de lo que se conoce como el RSS Feed, que se utiliza cuando una persona está interesada en el contenido que se ofrece y desea mantenerse actualizada sin necesidad de ingresar constantemente al blog. Simplemente se trata de un sistema que detecta y descarga los enlaces de vídeo a un dispositivo externo como un iPod, Ipad o una computadora en cuanto aparecen en línea. Existen muchas alternativas para difundir video pero el streaming es el formato más popular, así que vamos a centrarnos en esa dirección.

En cuanto al hardware físico que necesitas para crear un blog de vídeo, el primero y más obvio de los equipos es por supuesto una computadora - pero debido que estás leyendo esta información ¡es probable que ya tengas una computadora para comenzar!

El segundo de los requisitos de hardware obvio es una cámara de video. Al igual que con la mayoría de los productos que hay en el mercado, existe una variedad enorme de cámaras, con diferentes especificaciones técnicas, precios y prestaciones. Para profesionales y para aficionados. Cada una con sus pro y sus contra.

No es necesario EN ABSOLUTO comprar la cámara más cara en el mercado para crear un blog de vídeo efectivo y de hecho, muchas personas han llegado a tener éxitos millonarios utilizando tan solo las cámaras incorporadas que vienen con la mayoría de portátiles modernos.

Una vez más: el tipo de cámara que utilices para crear tu blog debe ser elegido más teniendo en cuenta tu presupuesto y necesidades personales que por la necesidad imperiosa de tener la última y más moderna cámara del mercado.

Con una cámara en la mano y un sitio web listo para captar sus blogs de vídeo, ya estás listo para comenzar a producir.

TIPOS DE VIDEO BLOGS

Como mencionamos anteriormente, el blog de vídeo es extremadamente versátil. Hay muchas maneras en que puedes utilizar tu blog para mercadear en la red, promocionarte tu mismo, tus productos y servicios o incluso simplemente para tu propio disfrute personal.

Realizando un análisis dentro de los videoblogs existentes en la actualidad, hemos recopilado una lista de actividades que puedes evaluar antes de ingresar al mundo de los videoblogs.

1. Comentarios de productos.

Este es uno de los usos más comunes de los videoblogs y con razón ya que son muy populares entre los consumidores.

A la gente le fascina leer la información sobre productos ofrecida por aquellos que ya han comprado y probado el artículo en cuestión. Es una fuente gratuita de información en la que el consumidor puede confiar ya que está viendo el producto en acción y esto es muy diferente a un sitio web que tan solo insiste en que compres el producto con renglones y renglones de información.

Adicionalmente, este tipo de videos está realizado generalmente por un verdadero usuario y no por la empresa que comercializa en producto. La credibilidad aumenta exponencialmente.

2. Aportar opiniones personales.

Además de ser agradable y edificante, el hecho de sentarte delante de una cámara a ofrecer tu opinión sobre un determinado producto o servicio, te posiciona como un experto ante toda la comunidad. Pero tus opiniones no solo tienen que estar relacionadas con productos comercializables. También puedes hablar de tu vida personal, de tus viajes, etc.

3. Videos "how-To".

Si estás vendiendo o intentando vender un producto que requiere de instalación o configuración, incluir un video how-to ("Cómo hacerlo") en tu blog será

sumamente apreciado por tus visitantes y clientes.

Si bien un manual por escrito es necesario y útil, nada mejor que utilizar un video para mostrar cómo armar una estantería, cocinar una receta, o aplicarse un maquillaje. Muchos blogs de vídeo están enteramente dedicados al arte del "how-to" y los sitios que son buenos en esto reciben una gran cantidad de visitantes.

4. Preguntas frecuentes (FAQ).

Si comercializas un producto o realizas un video "how-to" que da lugar a muchas preguntas en tu correo electrónico, no es una mala idea considerar dedicar un videoblog a las preguntas que recibes con más frecuencia.

Esto ayudará a tus lectores y también demostrará que estás pendiente de tus visitantes. Además, te harás un gran favor a ti mismo ya que al responder allí la mayor parte de preguntas que recibes, el bombardeo a tu bandeja de correo cesará bastante.

También porque en el caso que alguien consulte sobre un tema tratado en dicho video, siempre es posible mencionarle el video para ver respondida su pregunta.

5. Videos de Opinión.

Si te agrada una determinada marca de maquillaje o una compañía aérea o utilizar siempre la misma marca de cereales, puedes grabar algunos videos explicando a tus lectores el porqué de tu preferencia y como lo utilizas.

La mayoría de nosotros tenemos lealtad a una marca hasta cierto punto. Comentando a tus lectores por qué te gusta este tipo de queso por encima de todos los demás, abres a tus lectores una nueva ventana dentro de sus procesos de pensamiento.

Por supuesto no conviene parecer excesivamente promocional (a menos que exclusivamente te estés dedicando a promocionar dicho producto) pero decir qué es lo que te gusta de determinado producto es muy útil para el espectador que se encuentra indeciso.

Si tu información es útil, independientemente que adquiera o no el producto, el espectador es probable que regrese para más de tus videos.

CREACIÓN DE VÍDEOS IRRESISTIBLES

Lo que vamos a comentar a continuación tal vez sea un poco desalentador para aquellos que están dando sus primeros pasos en el mundo de los videoblogs, pero no por eso es menos cierto: el espectador medio en YouTube ve un vídeo durante tan solo siete segundos en promedio antes de decidir si continúa o no visualizándolo.

Esto significa que necesitas ganarte al espectador dentro de esos siete segundos iniciales. No es mucho tiempo el que tienes para lograr que el espectador se quede contigo.

Muchas personas realizan sus videos principalmente para sumar accesos, pero esto de poco sirve si nadie supera ese límite de los primeros siete segundos, será tiempo perdido y esfuerzo en vano.

Además, "enganchar" al espectador es una buena manera de conseguir que éste repita su visita, recomiende tu videoblog e incluso se convierta en un adicto a los videos que tu publicas.

Entonces, ¿cómo hacen los videobloggers profesionales para lograr vencer esa barrera de los siete segundos?

Lamentablemente no existe una fórmula mágica para lograrlo. Tu video podría ser el mejor en toda la historia de la industria, pero el espectador tal vez podría no quedarse porque su conexión a Internet es lenta o simplemente el espectador ese día no tiene ganas de ver diez minutos completos de goles extraordinarios de Ronaldo.

Obviamente no puedes controlarlo todo, pero hay algunos detalles que definitivamente puedes tener en cuenta si deseas que tus lectores estén allí luego de pasados esos siete segundos.

Planifica

Por favor no coloques la cámara en el rincón más lúgubre de la casa y comiences a hablar. Si realmente deseas que tu audiencia te tome en serio también comienza por tomar en serio a tu audiencia.

¿Cuál es el objetivo de tu blog? ¿Estás haciendo un segmento personal? ¿Un video how-to? ¿Respondes preguntas de tu audiencia?

No necesariamente tienes que sentarse con un guión de cada palabra que vas a

decir, de hecho no recomendamos esto ya que los espectadores sentirán como que simplemente estás dando un discurso. Pero al menos planifica los puntos a los que te vas a referir, no enciendas esa cámara para ver "que se te ocurre hoy".

Pero no te vayas hacia el otro extremo, tampoco retrases de más tu primer video haciendo algo exageradamente elaborado. Si vas a cantar una canción, no comiences el video con un minuto de introducción instrumental, tu público ansía oír lo que tienes que decir así sea cantando. Lo recomendable es no tomar más de 20 segundos del tiempo del espectador antes de comenzar a hablar.

La mayoría de los espectadores están más interesados en oír lo que tienes para decir que en lo bien que puedas rimar. Si tiene que existir una introducción de este tipo, que no sea por más de tres segundos de reloj. Recuerda la regla de los siete segundos -si la totalidad de los siete segundos es derrochada en una introducción sin demasiado sentido para el visitante, las posibilidades de perder ese espectador se incrementan exponencialmente.

Presta atención al sonido. A menos que estés filmando en las entrañas de una biblioteca, ningún sitio es suficientemente silencioso (¡a menudo tampoco las bibliotecas!)

Tienes que controlar los sonidos de la sala en la que estés grabando y asegurarte que si de fondo se escuchan gritos de niños o coches constantemente pasando, el espectador no podrá entender lo que dices, aunque tu te oigas perfectamente.

Tómate unos minutos para averiguar si la zona es la más óptima y silenciosa de la casa (o cualquiera sea el sitio que utilices para grabar tus videos). Esto tan simple puede marcar la diferencia entre miles de espectadores y ninguno. Si colocas música de fondo presta atención a que la misma no tape tus palabras. No hay nada más desagradable que intentar ver un video y no comprender lo que se habla en él. Muchos videoblogs cometen este grave error con la música de fondo, y esto es lamentable. Si vives en una zona muy ruidosa y no puedes controlarlo, considera comprar un micrófono externo de mayor calidad. Esto ayudará a asegurar que el audio que llegue a sus espectadores es el audio que quieres que escuchen.

¿Iluminación? ¿Hay alguien ahí? Las películas de Edgar Allan Poe eran excepcionales, pero salvo que estés apuntando a un público muy específico, necesitas

asegurarte que tu audiencia puede verte. No es necesario gastar una fortuna en iluminación si no quieres, o no puedes hacerlo, muchas personas suelen obtener excelentes resultados utilizando una simple y económica lámpara alta con una pantalla y posicionando la pantalla para ajustar el ángulo de la luz.

Asegúrate también de revisar las opciones de la cámara. Muchas cámaras en estos días te permiten comprobar el balance de blancos, contraste, luminosidad y colores. De esta forma, puedes evitar que la imagen quede muy lavada o muy oscura. Asegúrate que la cámara está fija y no vibra. Esto parece obvio, pero es abrumadora la cantidad de videos publicados en Internet que parecen grabados durante un terremoto.

Si tu video acaba mareando a tus espectadores debido a la inestabilidad de la cámara, nadie va a querer ver ninguna más de tus creaciones. Asegúrate que tu cámara esté montada en una superficie segura, caso contrario utiliza un trípode.

Si te estás grabando a ti mismo en exteriores sin ayuda y careces de trípode, intenta colocar la cámara en un sitio firme. El método del "trípode humano" implica apoyarse contra una pared (árbol, roca, o incluso otra persona), apoyando los brazos sobre la superficie sólida, y mover la cámara lentamente -ya que cualquier movimiento apresurado dará la impresión que te has tomado cinco cafés.-

Revisa lo que estás grabando. ¿Estás demasiado cerca de la cámara? ¿Demasiado lejos? Asegúrate de ajustar la configuración del zoom para producir imágenes nítidas y limpias, que no cansen los ojos de la audiencia. Recuerda que cuanto más grande es el zoom más tendencia a vibrar tienen las imágenes. No coloques la cámara y te alejes demasiado, estando cerca también se apreciará el paisaje de fondo. Básate en lo que ves en la televisión para crear tus videos cada vez más profesionales.

Presta buena parte de atención a la post-producción. Así como las fases de planificación de tu video son importantes, igualmente lo es terminar su edición. Siempre existen secciones que deben ser eliminadas. Asegúrate de tomarte todo el tiempo necesario para analizar todas las tomas y editarlas con la mayor fluidez posible.

Por supuesto recuerda que es poco probable que tus espectadores sean críticos de cine. Si tu vídeo no es tan perfecto como te gustaría o como en un principio habías

imaginado, no importa, ya tendrás tiempo de ir mejorando tus grabaciones.

Lo que es importante tener en cuenta es que tu video tiene que ser lo más profesional posible ya que ese video será tu representante mediante la web en todo el mundo.

Si deseas ser tomado en serio, necesitas tomar tu videoblog en serio. Esto no tiene que ver con que tu videoblog tenga humor; sea cual sea el talante: tómallo en serio. Tendrás que disfrutar del proceso en sí, por supuesto, pero recuerda que sólo tienes siete segundos para conquistar a tu audiencia y es en esos siete segundos que debes dar lo mejor de ti.

GANAR DINERO CON TU VIDEOBLOG

El objetivo de un emprendedor es llegar a ver un beneficio económico. Por supuesto existen cosas que se hacen por puro placer, en un "mundo perfecto" todos querríamos pasar el tiempo haciendo cosas que nos gusten y que nos paguen por ello. Por desgracia, no es un mundo perfecto y la mayoría de nosotros debemos mantener nuestros puestos de trabajo mientras perseguimos nuestros sueños.

Sin embargo, si tú eres es una de esas personas a las que realmente les gusta internet y les gustan los videoblogs, siempre hay una oportunidad de generar dinero con una actividad que disfrutas realizando. Para alguien que se dedique y comprenda cómo funciona el sistema, es completamente posible ganarse la vida con los videoblogs, ahora bien debemos advertirte, deberás realmente destacar para alcanzar ese nivel de éxito.

Incluso si recién estás empezando con los videoblogs o piensas hacerlo, debes proponerte trabajar duro en la creación de contenidos útiles, de vídeos creativos que cautiven la atención de nuevos visitantes y suscriptores, de ser así probablemente ya podamos estar hablando de algún dinero extra.

En primer lugar, si estás buscando transformar tus videoblogs en un emprendimiento rentable, tal vez te convenga realizar alguna inversión para comenzar a ganar dinero. Si bien es verdad que puede tenerse éxito utilizando una simple webcam y el micrófono incorporado, va a ser más fácil obtener beneficios si se

evita parecer demasiado aficionado y se intenta dar un formato profesional.

Si deseas ser pagado como un profesional, entonces deberás actuar como un profesional. Por lo tanto si estás decidido a dar un paso cualitativo en el mundo de los videoblogs, es el momento de considerar invertir en una cámara de alta calidad y un micrófono profesional. Si te sientes preparado para dar el siguiente paso en el videoblogging profesional, la cámara y el micrófono son probablemente las dos mejores cosas en las que puede invertir. Más tarde se puede considerar la compra de mejores fuentes de iluminación y otros implementos para profesionalizar tus grabaciones. Para comenzar, no lo necesitas.

Otra cosa importante a tener en cuenta si deseas que tu videoblog sea rentable, es considerar llevar una agenda para preparar y presentar nuevo material constantemente. Un video a la semana puede ser suficiente para comenzar, pero una vez que el número de espectadores comience a dispararse, lo ideal será varios videos a la semana.

Pues bien, una vez has comenzado a producir videos de calidad profesional de forma regular, te encontrarás en el momento óptimo para aplicar el secreto para ganar dinero, ¿Y cuál es ese secreto?

El secreto es el marketing.

La manera más efectiva para comenzar a captar ingresos en tu sitio es abriéndolo a los los anunciantes. Esto tal vez pueda sonar "algo comercial", pero la realidad es que la publicidad puede ser muy lucrativa y en absoluto incómoda o invasiva si la sabes implementar y gestionar.

Una de las maneras más fáciles para generar ingresos con un videoblog cuando se comienza en la actividad es Google AdSense. Lo bueno de AdSense es que sus métodos de marketing no intrusivo suelen ser un complemento excelente y relevante. Con AdSense los espectadores no serán bombardeados con cientos de ventanas emergentes o anuncios animados que ocuparán toda la pantalla. Los anuncios de AdSense son contextuales, lo que significa que estarán estrechamente relacionados con el tema tratado en tu videoblog.

Básicamente lo que utilizaremos es el modelo pago-por-click. Dado que los anuncios estarán en relación con lo que trates en tus videos, es probable esperar un

buen número de clicks en estos anuncios que coloques en tu sitio. Ahora bien, por más miles y miles de visitas que tenga tu videoblog, si los anuncios no reciben clicks, entonces no generarás ingresos. Por lo tanto deberás realizar previamente un pequeño estudio de tu videoblog que garantice que se van a producir dichos clicks.

La manera más inteligente de elevar el número de estos clicks en los anuncios es optimizar la posición de los anuncios que provee Google. Los estudios han demostrado que los visitantes son más propensos a hacer click en los anuncios ubicados ciertos lugares específicos de la página web. El "truco" es encontrar un equilibrio entre la visibilidad de los anuncios sin permitir a su vez que estos se apoderen de la totalidad de tu videoblog.

Cada webmaster tiene una estrategia en particular cuando se trata de la colocación de anuncios y su optimización dentro del contenido, pero hay algunos consejos generales que pueden tenerse en cuenta a la hora de decidir dónde colocar los anuncios AdSense.

1. Coloca un anuncio en la parte superior de la página. El ojo del visitante a un sitio web tiende espontáneamente a desplazarse hacia ese lugar, ya que estamos entrenados o habituados a mirar hacia la parte superior de la página para encontrar nueva información.

2. Asumiendo que tienes tu página organizada verticalmente, con el vídeo más reciente apareciendo en la parte superior de la pantalla, inserta el segundo bloque de publicidad por debajo del video más reciente.

De esta manera incluso si el visitante sólo accede al sitio directamente a la página que contiene los últimos videos, querrá mirar hacia abajo para ver que otros videos aparecen, de esta manera no tendrán manera de evitar visualmente el segundo bloque de AdSense.

Asegúrate de prestar mucha atención a los términos de servicio de Google AdSense. Es importante ser cuidadoso con la publicidad con el fin que esta sea eficaz y rentable. No coloques fondos muy coloridos ni llenes tu sitio web de banners y propaganda que no tenga nada que ver con el tema, esta es una tentación que en lugar de generarte ingresos los ahuyentaría para siempre.

PARA FINALIZAR

Las ideas propuestas en este reporte deberían ser suficientes para comenzar a incorporar el factor video en la actual estrategia que utilizas en tu blog o incluso comenzar un videoblog desde cero.

El video te permite crear contenido para tu blog de una manera más veloz y dinámica que si te limitas a redactar contenido de texto. El video genera una mayor credibilidad y un toque personal difícil de igualar, especialmente cuando en los videos eres tu el protagonista. Los visitantes de tu blog podrán apreciar de una manera más nítida y veraz tu pasión y profesionalidad. Y esto a nuestro entender, es la semilla del éxito.

¡Buena suerte!

Ninguna sección de este material puede ser reproducida, en formato electrónico, impreso o cualquier otro tipo de soporte existente, incluyendo fotocopiado o grabación de voz sin la expresa autorización del autor.

La información que aparece en este volumen, representa el punto de vista del autor al momento de su publicación. El autor se reserva el derecho a modificar y/o actualizar las opiniones vertidas de acuerdo a las nuevas tendencias en la materia. Este reporte se presenta únicamente con fines informativos, el autor no asume ninguna responsabilidad directa o indirecta en el uso de esta información por parte de terceros. Si bien se ha hecho el máximo esfuerzo por verificar la información aquí provista, el autor, revendedores, distribuidores y afiliados no asumen ninguna responsabilidad sobre posibles errores, inexactitudes u omisiones involuntarias.

El presente libro pretende ser tan solo una guía práctica. Se recuerda a los lectores que el material se ofrece sin ningún tipo de garantías. Queda constancia que el hecho de aplicar lo expuesto en este trabajo no garantiza necesariamente al lector ningún tipo de ingresos económicos o de cualquier otra índole. Este manual no ha sido concebido para utilizarse como sustituto de ningún tipo de servicio profesional de asesoría o similar.

Estimado Lector:

Nos interesa mucho sus comentarios y opiniones sobre esta obra. Por favor ayúdenos comentando sobre este libro. Puede hacerlo dejando una reseña al terminar de leer el mismo en su lector de libros electrónicos o en la tienda donde lo ha adquirido.

Puede también escribirnos por correo electrónico a la dirección info@editorialimagen.com

Si desea más libros como éste puedes visitar el sitio de Editorial Imagen para ver los nuevos títulos disponibles y aprovechar los descuentos y precios especiales que publicamos cada semana.

Allí mismo puede contactarnos directamente si tiene dudas, preguntas o cualquier sugerencia. ¡Esperamos saber de usted!
