

Copywriting

Guía para hacer tus anuncios
en vídeo

Más allá del guión



Convierte tu anuncio en un vídeo de menos de un minuto

Para hacer pruebas con tus anuncios y ver qué convierte más, además de hacer siempre, como mínimo, una versión corta (hasta 200 palabras) y una versión larga (hasta 400 palabras) acompañadas de una imagen, puedes hacer una versión del mismo anuncio en vídeo.

Si no estás acostumbrado a hablar a la cámara y te surgen mil dudas, hasta con qué ropa ponerte para hacer el vídeo, con estos consejos te será más fácil.

Igual que los colores y la tipografía son importantes en una Landing de venta, también lo es cada detalle del vídeo. El lenguaje corporal tiene mucho peso, y hasta con el más mínimo detalle estás transmitiendo.

Aquí se trata de transmitir confianza, seguridad y credibilidad. Así reforzarás el valor.

Quieres vender, para eso ten en mente cuál es el primer y mayor reto: **conseguir y mantener la atención de tu audiencia.**

El guión

Aunque tengas en mente lo que quieres decir, no te saltes el paso de escribir el guión.

- Para tener controlado el tiempo de duración del vídeo y no hacer mil pruebas hasta que quede del tiempo que quieres (para anuncios si es de un minuto menos mejor), ten en cuenta esto:

Para un buen ritmo hablado, una página escrita en fuente Verdana a tamaño 16, es un minuto.

- En tu guión, escribe todo tal cual suena (las palabras en inglés como se pronuncian, los números escritos en letra, etc.)

Indica las pausas que necesitas al hablar (puntos, comas, saltos de línea, etc.) Porque hablando las pausas son diferentes que en el texto escrito. Además son muy necesarias. No temas quedarte callado dos segundos después de, por ejemplo, lanzar una pregunta a tu audiencia, es recomendable.

- Olvídate de usar tecnicismos a menos que tu público use un lenguaje técnico y espere eso de ti. Adapta a la forma de hablar de tu público objetivo, y a la forma en la que sueles dirigirte a él.
- Lee tu guión en voz alta y sustituye las palabras que te cuesten más de pronunciar por otras más sencillas. Busca sinónimos.

- Recapitula. Cuando expliques algo, recuerda el punto de partida antes de dar conclusiones o soluciones. Resume lo dicho con mensajes clave, cortos y directos para terminar.
- Habla para que te entienda cualquier persona. Escúchate y hazte la pregunta: ¿lo entendería un niño? ¿Y mi abuela? Si la respuesta es sí, adelante.

Hablar a la cámara

- Sírvenle de las pausas y de la entonación para evitar que tu mensaje sea lineal. El tono lineal, modo discurso, saca de tu mensaje a quien te escucha. Recuerda que lo más difícil y lo que queremos conseguir es conservar la atención.
- Si no te sientes cómodo hablando a la cámara, no por eso descartes hacer vídeos para tu audiencia. Haz esto:

Olvídate de ti. Frente a la cámara no eres tú, eres un actor.

Aunque vendas desde una marca personal, no tienes por qué mostrarte tal cual eres en la intimidad o con tu gente de confianza.

Si tratando de hablar con tu tono y forma naturales no te gusta el resultado para usarlo en tus anuncios, directos o vídeos que publiques, crea tu propio personaje.

Tu voz natural y tu voz profesional pueden ser distintas, y no pasa nada. Es más, es recomendable para empezar a sentirte cómodo delante de la cámara.

- Si al grabarte te ves muy serio o que la voz te sale muy “dura”, sonríe mientras hablas, aunque solo sea un poquito. Verás que al hacerlo el tono de tu voz se dulcifica.
- Respira: aprovecha las pausas para respirar. Y también las N y R finales (haz la prueba: alargando una N o una R coges aire sin darte cuenta)
- No hables recitando, cuenta, con naturalidad.
- Si quieres mejorar la vocalización, haz este ejercicio: coge un texto cualquiera y lee solo las vocales, sin hacer pausas.

Los gestos

Si tiendes a gesticular mucho, cuidado. ¿Quieres que pongan la atención en lo que dices o en cómo son tus manos y cómo las mueves?

- A menos que tengas soltura con los vídeos y te dé igual cómo moverte porque te va bien así, si estás empezando y no sabes qué hacer con las manos, muévelas de forma consciente, para acompañar y reforzar lo que dices.

Por ejemplo, si estás hablando de una situación pasada, mueve las manos hacia la derecha, que para tu audiencia será la izquierda y en lenguaje corporal eso indica pasado.

O si haces una enumeración, indícalo con los dedos: primero....en segundo lugar....y para terminar....

Así con muchos gestos que conocemos y que para todos significan lo mismo (llevarte las manos a la cabeza si dices “desastre”, levantar las dos manos hacia arriba si haces una pregunta, etc.)

De esta forma vas a ayudar a quien te escucha a imaginarse lo que le estás contando, mantienes la atención en lo que quieres transmitir.

- Cuidado con subir mucho la barbilla y mover demasiado la cabeza. Evítalo.

Quizá te parezcan cosas obvias, pero si te pones nervioso cuando hablas a la cámara, tener esto en cuenta hasta que te salga natural es de gran ayuda. Practica y compruébalo.

La ropa

- Para concentrar la atención en tu mensaje hablado, procura elegir colores claros para tu ropa, y sin estampados. Sobre todo evita camisetas con mensajes, a menos que el mensaje sea tu propia marca (logo, eslogan, etc. que quieras que sea recordado).
- Evita ponerte anillos, pulseras, pendientes y collares grandes, porque distraen.
- Sea cual sea la ropa que elijas, evita el cuello alto. Deja tu cuello despejado, y tus antebrazos también. Esto es más una cuestión de imagen, te verás mejor en cámara, y también transmite confianza.