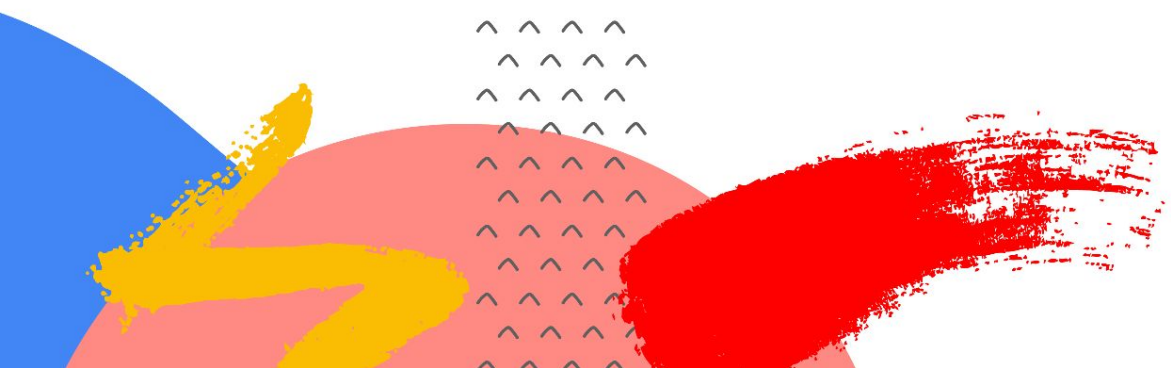
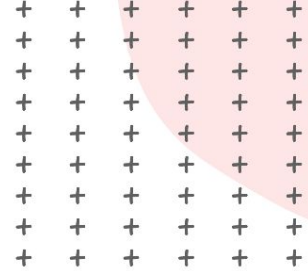


Define tu marca: Habilidades comerciales y de desarrollo de la marca



TALLER 3: DEFINE TU MARCA: HABILIDADES COMERCIALES Y DE DESARROLLO DE LA MARCA

Resumen

En el último taller, exploramos los siguientes temas:

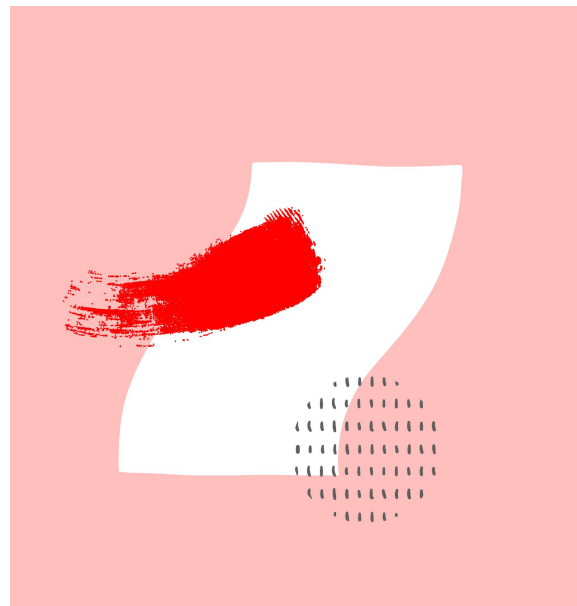
Identificar y comprender a tu público

Configurar tu equipo

Explorar formatos de video y crear contenido

Presentación

Publicación



TALLER 3: DEFINE TU MARCA: HABILIDADES COMERCIALES Y DE DESARROLLO DE LA MARCA

Temario

01

Principios del desarrollo
de la marca

02

Diseño de tu canal

03

Cuándo cambiar la marca

04

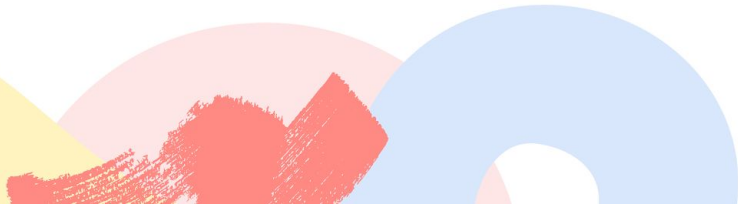
Promociona tu canal



TALLER 3: DEFINE TU MARCA: HABILIDADES COMERCIALES Y DE DESARROLLO DE LA MARCA

¿Por qué es esto importante? Tu canal es tu negocio

- El desarrollo de la marca es clave para **entregarle un mensaje coherente** a tus usuarios.
- Si tienes un desarrollo de la marca claro, **podrás destacarte** como creador y lograr que tu contenido **llegue a más usuarios**.
- En cualquier proceso creativo, es esencial comprender qué elementos del **diseño básico** funcionan y cuáles no.
- Interactuar con tu comunidad como marca coherente es útil para **generar lealtad**.
- Saber **cuándo evolucionar tu marca** puede ayudarte a lograr el éxito a largo plazo.



**TALLER 3: DEFINE TU MARCA: HABILIDADES COMERCIALES
Y DE DESARROLLO DE LA MARCA**

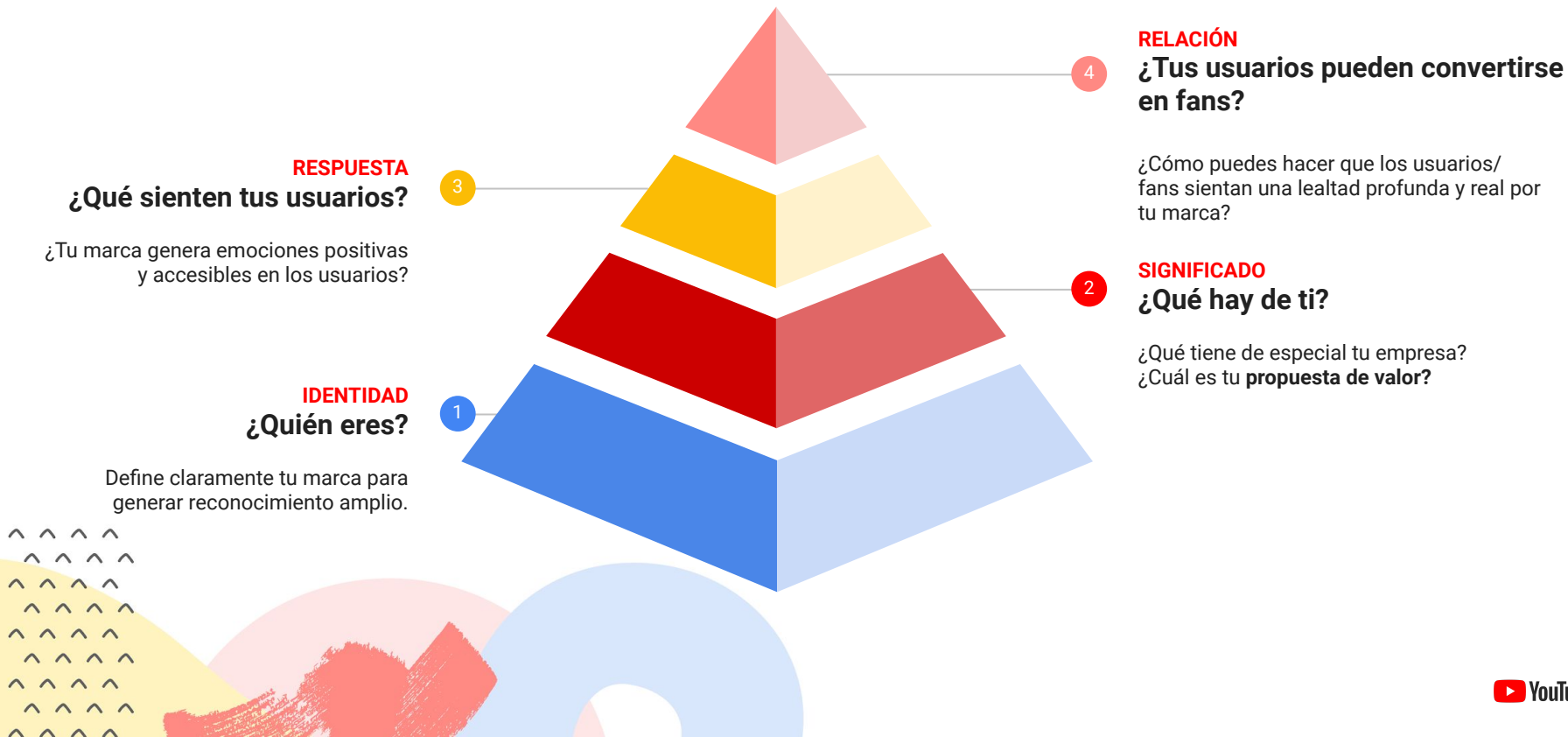
**“Todo lo que dices y haces,
y todo lo que no dices ni haces
comunica ideas. Absolutamente
todo. Crea puntos y únelos...
Esa es la historia de tu marca”.**

Peter Economides - Promotor de desarrollo de la marca



INTRODUCCIÓN

Componentes básicos de la marca: etapas de desarrollo



INTRODUCCIÓN

Conviértete en tu marca: principios del desarrollo de la marca

1

INTENTA ESTAR PRESENTE

No te quedes en silencio

2

SÉ CONSTANTE

Pero no les temas a las
nuevas oportunidades

3

SÉ DIFERENTE

Destácate para captar la atención

4

CREA LO QUE TE GUSTA

Repite lo que funciona

5

CREA ACTIVOS ÚNICOS

Encuentra tu estilo único

6

CREA UN PATRÓN MEMORABLE

Haz que tu comportamiento
sea memorable

Diseño de tu canal



DISEÑO DE TU CANAL

Principios de diseño

COLOR

Usa los 500 colores como los principales y otros colores para destacar ciertos elementos. Limita tu selección de colores y elige tres tonos de la paleta principal y un color de acento de la paleta secundaria.

Primary – Indigo		
500		#3F51B5
100		#C5CAE9
500		#3F51B5
700		#303F9F

Example of a primary color palette

Accent – Pink		
A200		#FF4081
Fallback		
A100		#FF80AB
A400		#FF5057

Example of a secondary palette

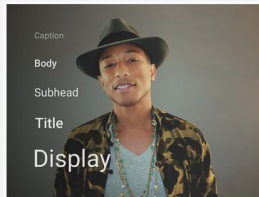
IMÁGENES

Usa imágenes simples con pocos elementos significativos. Evita usar fotografías de archivo. Intenta crear imágenes genuinas.

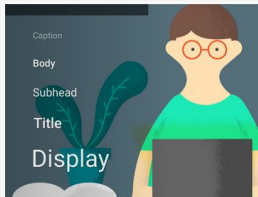


TIPOGRAFÍA

Demasiadas fuentes de tamaños y estilos diferentes a la vez pueden arruinar el diseño. Un color de texto demasiado parecido al de fondo dificulta la lectura. El texto con demasiado contraste también puede ser difícil de leer. Esto es más evidente con el texto de color claro en fondos oscuros.



Contrast over image



Contrast over illustration

DISEÑO DE TU CANAL

Ícono



Ícono de fotografía:

Un retrato simple puede servir como ícono del canal



Ícono de marca:

Usa el nombre del canal para los canales sin anfitrión



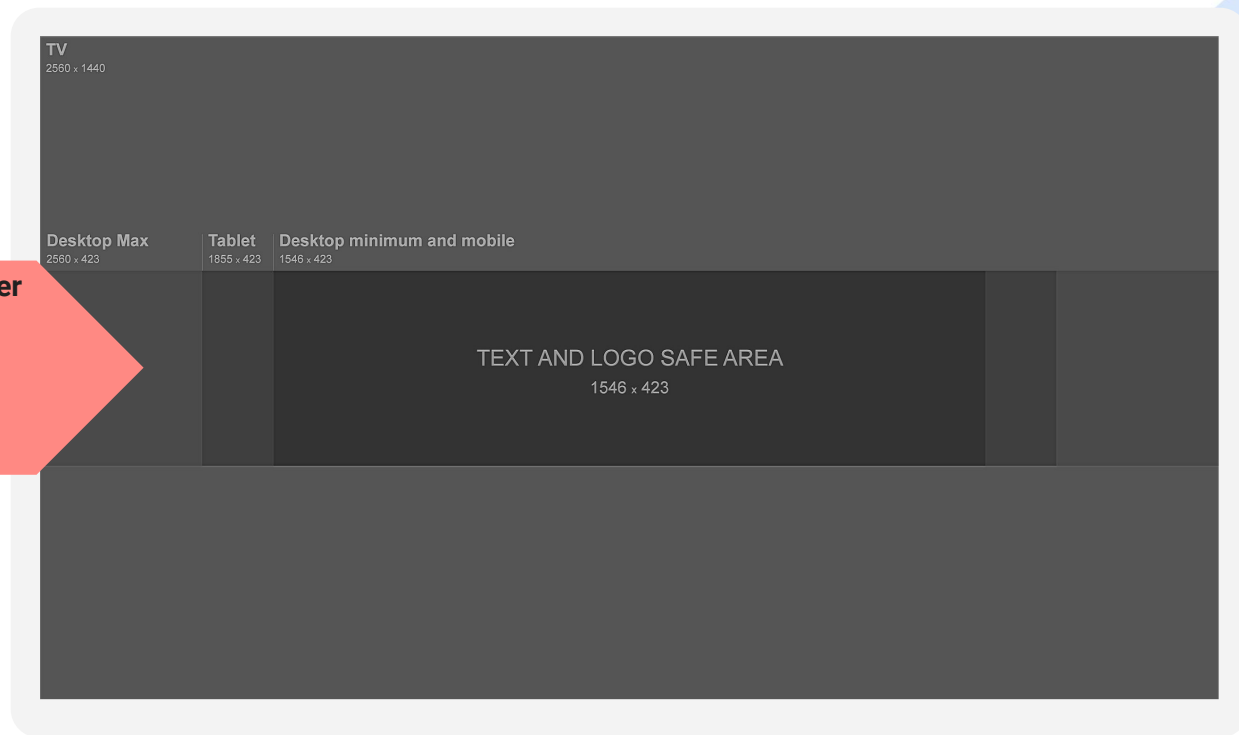
Ícono de logotipo:

Un logotipo reconocible y simple también puede ser un gran comienzo

DISEÑO DE TU CANAL

Banner

Asegúrate de optimizar tu banner según las especificaciones de YouTube y de usarlo para comunicar la estética de tu marca y el tema de tu canal.



Haz clic [aquí](#) para obtener más información sobre los lineamientos del banner para canales de YouTube.

DISEÑO DE TU CANAL

Imagen de miniatura personalizada

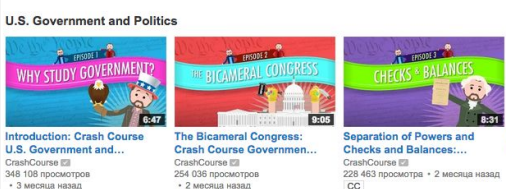
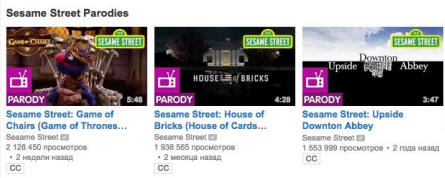
FÁCIL



INTERMEDIO



AVANZADO



DISEÑO DE TU CANAL

Nombres de los videos y funciones integradas de YouTube

Puedes mantener la coherencia de tu marca usando un formato uniforme en los nombres de tus videos...



LOVE ADVICE (ft. Lindsey Stirling) // Grace Helbig



MORE SECRETS // Grace Helbig



JANUARY FAVORITES // Grace Helbig

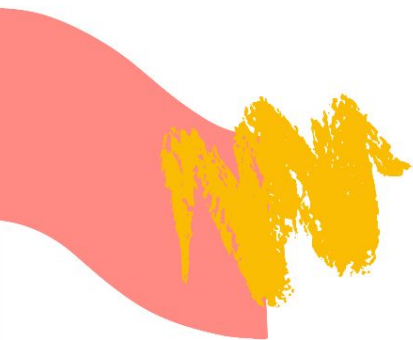


I ALMOST SH*T MY PANTS // Grace Helbig

... y aprovechando las funciones integradas de YouTube

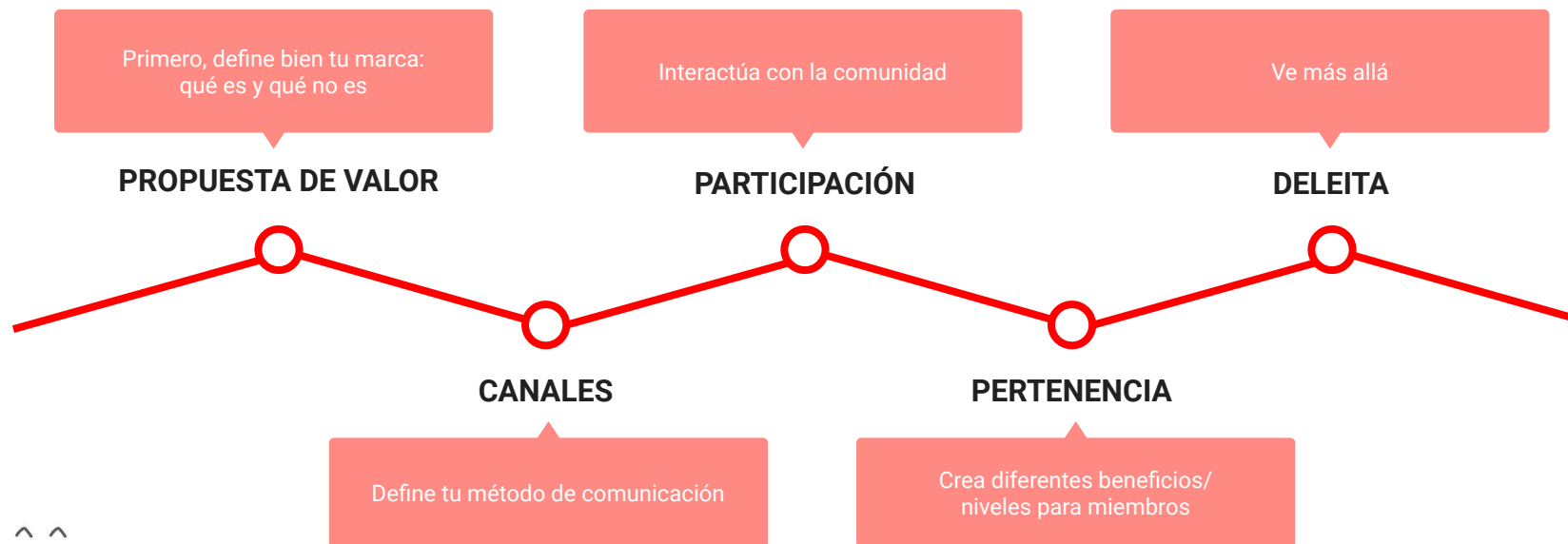


Desarrolla tu comunidad



DESARROLLA TU COMUNIDAD

Crea tu comunidad de marca

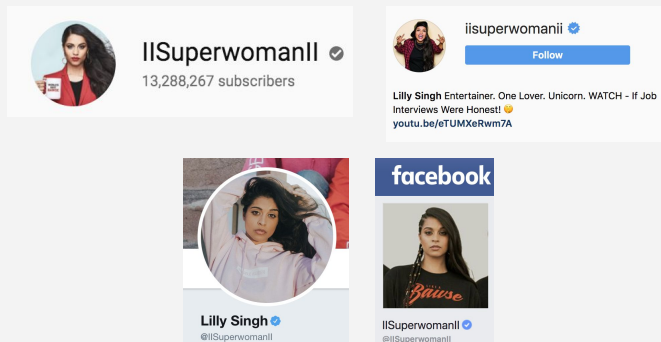


DESARROLLA TU COMUNIDAD

Crea tu comunidad de marca

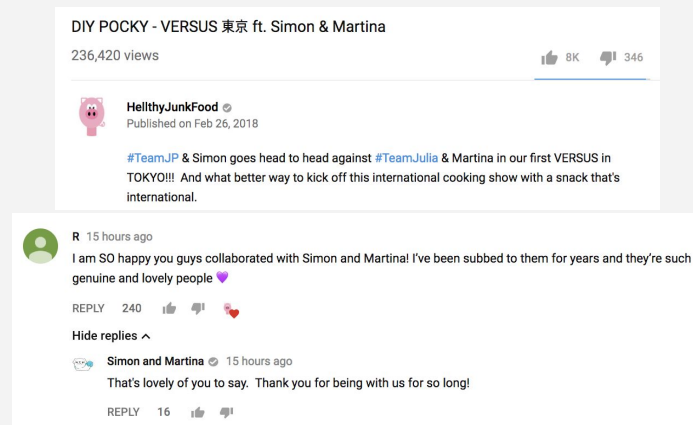
DEFINE TUS CANALES

Limitate a algunos métodos de comunicación de forma coherente y activa, y úsalos para interactuar según su propósito.



INTERACTÚA CON LA COMUNIDAD

Permite que los fans sepan que estás prestando atención.

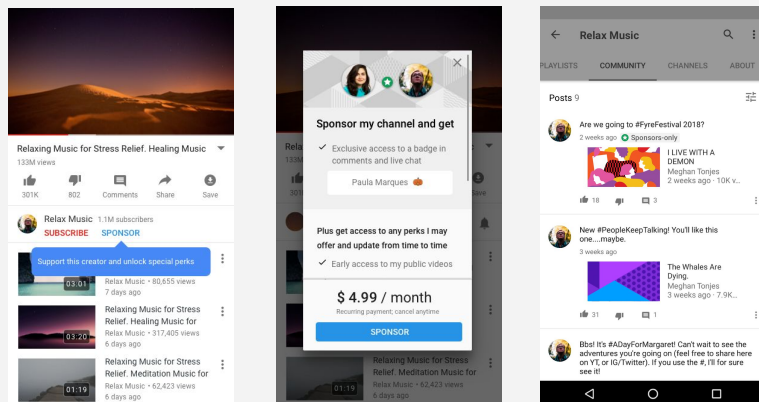


DESARROLLA TU COMUNIDAD

Crea tu comunidad de marca

CREA UNA SENSACIÓN DE PERTENENCIA

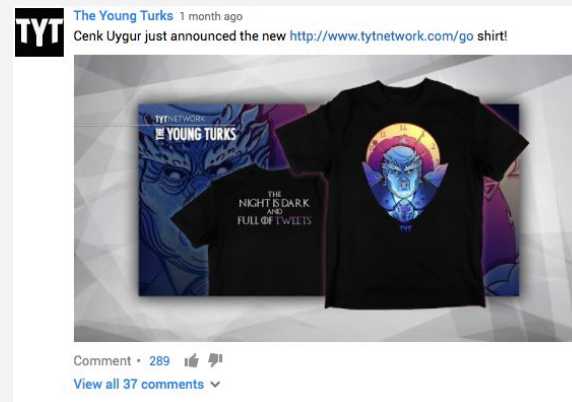
Crear beneficios de membresías y darle un apodo a tu grupo de fans son buenas formas de generar lealtad.



Haz clic [aquí](#) para obtener más información sobre las membresías del canal.

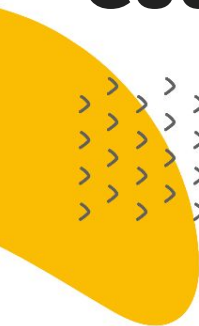
SUPERA LAS EXPECTATIVAS

Deleita a los fans con artículos promocionales de la marca o eventos recurrentes.



Haz clic [aquí](#) para obtener más información sobre las funciones de Shopping.

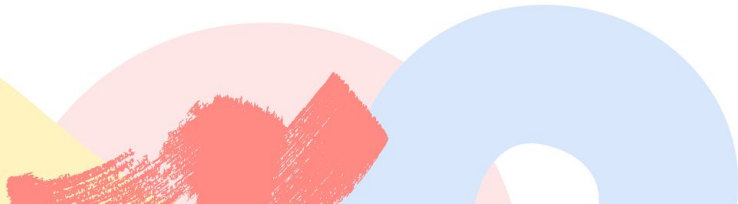
Cuándo cambiar de marca



CUÁNDO CAMBIAR DE MARCA

Cuándo debes considerar un cambio de marca

- Cuando quieras **expandir tus formatos de contenido** o **hayas logrado tu declaración de misión original**
- Cuando **el tiempo de reproducción y las vistas** hayan bajado durante más de 365 días
- Cuando se te **haya asociado con una imagen incorrecta**
- Cuando quieras **llegar a un tipo diferente de usuario**
- Cuando tu **formato de creatividad** se haya debilitado en todo el sitio
- Cuando los **comentarios** sugieran que es momento de probar algo nuevo





**Un canal o
varios canales**

CUÁNDO CAMBIAR DE MARCA

Ventajas y desventajas de tener varios canales

RAZONES PARA TENER VARIOS CANALES

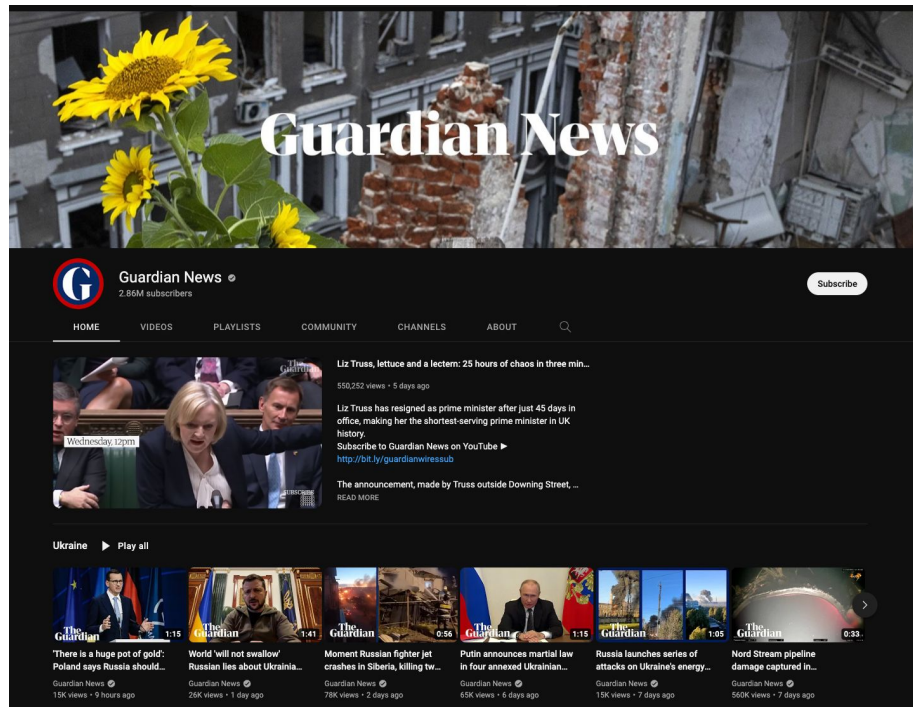
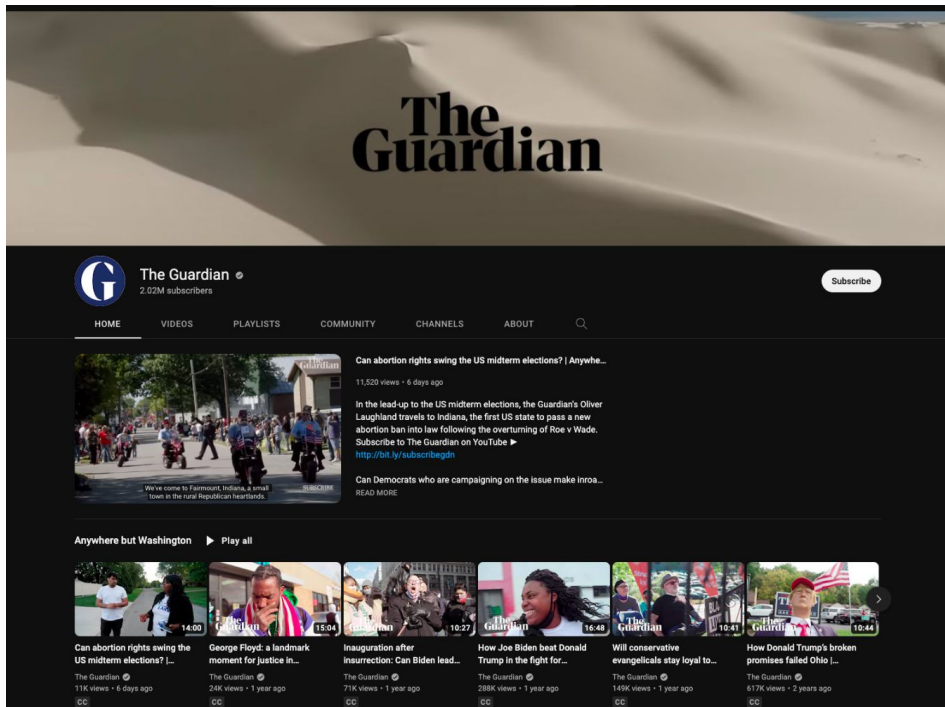
- Tener varias marcas con públicos establecidos
- La voz del contenido es muy diferente o se segmenta para públicos distintos (p. ej., serio versus humorístico, adulto versus juvenil, etcétera)
- Para evitar la sobresaturación debido a grandes volúmenes de contenido; solo funciona si el contenido se puede dividir en categorías distinguibles

RAZONES PARA NO TENER VARIOS CANALES

- Mucho más esfuerzo
 - Es más difícil mantener dos canales diferentes pero relacionados
 - Requiere producir más contenido para mantener ambos canales actualizados y relevantes
- Divide tu público entre dos canales
- La velocidad del video puede ser más fácil de lograr en un canal grande (suscriptores)

CUÁNDO CAMBIAR DE MARCA

Ejemplo de varios canales: The Guardian y Guardian News



CUÁNDO CAMBIAR DE MARCA

Ventajas y desventajas de tener varios canales

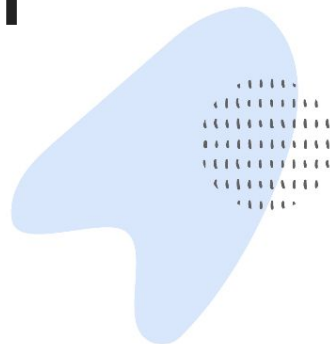
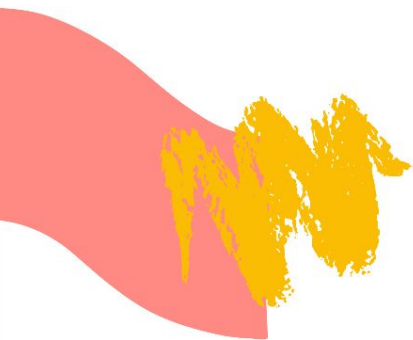
ESTRATEGIA PARA MÚLTIPLES CANALES

- Crea una **voz y un propósito únicos** para cada canal.
- **Los canales deben ser identificables**, no indistinguibles.
- **Comparte contenido diferente para públicos distintos.**
- **Usa estilos similares pero distinguibles para la presentación y los títulos** para vincular y diferenciar el contenido.

PROMOCIONA LOS NUEVOS CANALES "SECUNDARIOS"

- **Usa las pantallas finales del canal para promocionar el canal y las suscripciones.**
- Si lanzas una serie nueva, **considera programar el avance o el primer episodio en un canal establecido** para promocionar el canal más nuevo.
- **Vincula al canal en la descripción.**
- **Promociona verbalmente el canal nuevo y su misión** en el canal establecido.

Promoción

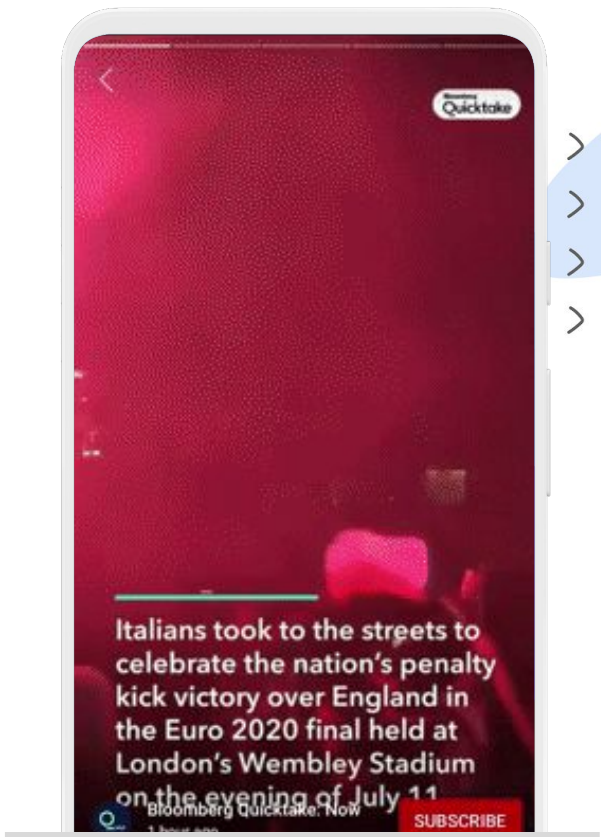


PROMOCIÓN

Estrategias de promoción cruzada

Aprovecha tus identificadores de redes sociales y las distintas funciones de YouTube para promocionar más tu contenido nuevo y a ti.

- **Aprovecha tu presencia en redes sociales:** Usa funciones promocionales en plataformas como Instagram y Snapchat, como “deslizar hacia arriba”, para promocionar el contenido entre tu público existente en redes sociales.
- **Crea una estrategia para productos de YouTube:** Considera cómo aprovechar y crear contenido en Historias de YouTube y en la pestaña Comunidad para atraer usuarios a tus videos. Crea una estrategia para determinar cuáles cargas merecen ser Estrenos o transmisiones en vivo.
- **Los llamados a la acción son clave:** Si bien los clips o avances de tu contenido de YouTube pueden ser eficaces, publicar videos en los que hablas directamente con el público es una de las mejores formas de fomentar que miren el contenido nuevo.

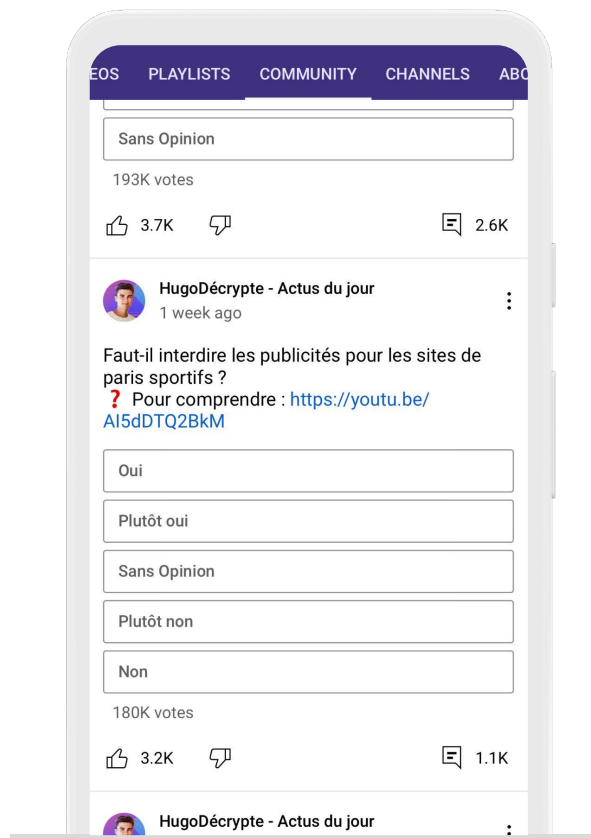


PROMOCIÓN

Comunidad

La pestaña Comunidad es otro método simple para interactuar y comunicarte con tu público. Estos son algunos formatos populares para tus publicaciones de Comunidad:

- **GIFs.** Usa GIFs como parte de tus publicaciones de Comunidad para emocionar, interesar y entretener (si quieres) a tu público. Con frecuencia, las publicaciones con más interacciones en Comunidad son las que contienen un GIF.
- **Encuestas.** Las encuestas son una gran forma de comprender al público. Úsalas para preguntarle sobre temas de posibles videos.
- **Videos.** Si bien los clips o avances de tu contenido de YouTube pueden ser eficaces, publicar videos en los que hablas directamente con el público es una de las mejores formas de fomentar que miren el contenido nuevo.

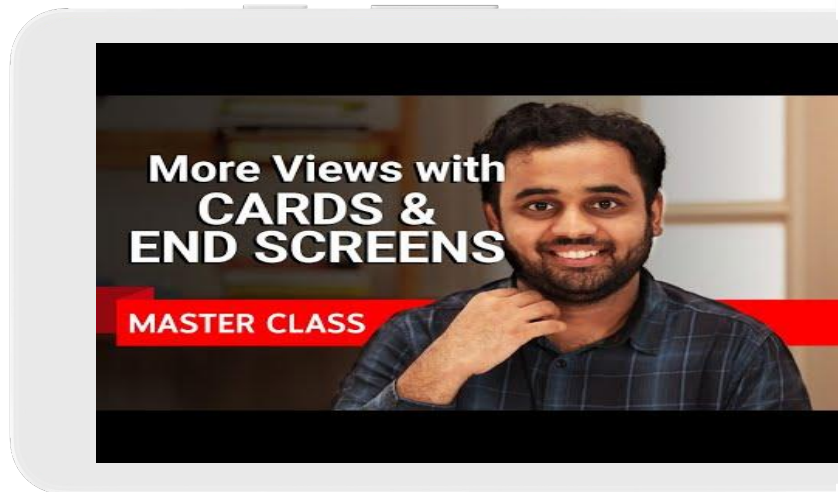


PROMOCIÓN

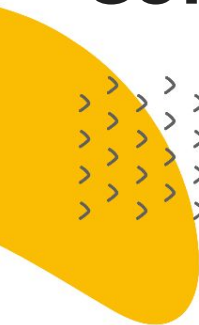
Dales a los usuarios un lugar al que ir

Usa las pantallas finales para aumentar el tiempo de reproducción de tu canal. Durante los últimos 20 segundos de tus videos, puedes mostrarles a los usuarios hasta cuatro elementos distintos.

- **Maximiza el impacto.** Las pantallas finales pueden combinarse con “tarjetas finales con llamado a la acción” en el video, que incluyen vínculos y un llamado a la acción para dirigir a los usuarios a más videos y animarlos a que marquen me gusta, compartan el video y se suscriban a tu canal.
- **Usa las tarjetas de YouTube.** Las tarjetas son notificaciones que se muestran en la esquina superior derecha de tus videos. Combínalas con momentos relevantes del contenido.
- **Elige con cuidado.** Las pantallas finales tienen los mejores resultados cuando les ofreces a tus usuarios algo relevante para mirar. Por ejemplo, úsalas para impulsar el tráfico entre episodios de tus formatos o series.



Cómo destacar



CÓMO DESTACARTE

Enfócate en tus características únicas

Una de las formas más eficaces de destacarse del resto es aprovechar tu especialidad, tu personalidad y otras áreas en las que puedes entregar una perspectiva única o mostrar tus características individuales únicas.

- **Enfoque.** Una de las formas fáciles de aprovechar tus características únicas es a través de tu especialidad. Los periodistas pueden hacerlo apoyándose en su área de enfoque y analizando historias y temas de noticias desde ese punto de vista.
- **Personalidad.** Otra forma de diferenciarte de los demás es a través de tu personalidad, esto puede surgir a través de conocimientos, experiencias, antecedentes o cualquier otro método con el que puedas entregar un punto de vista único sobre un tema o una noticia (de una forma que responda a las necesidades o afecte a tu público).

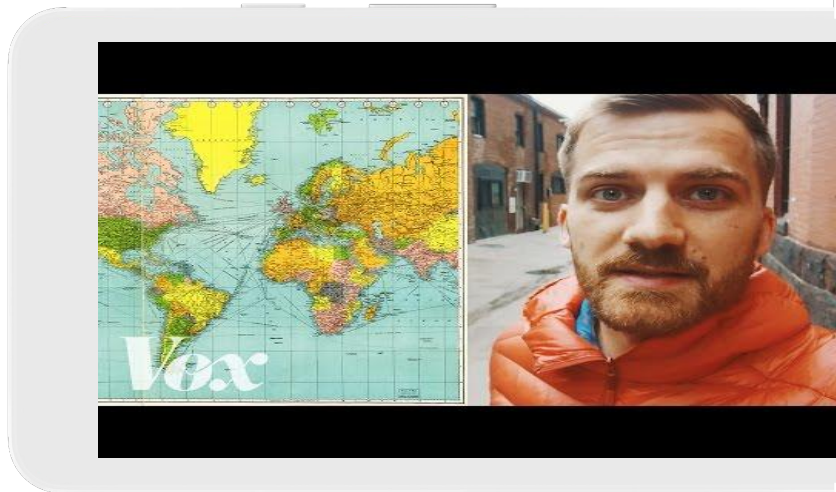


CÓMO DESTACARTE

Pide la opinión de tu público

Otra forma de destacar es crear una comunidad con el público a través de sus comentarios. Así, los usuarios sienten que forman parte de tu misión en la plataforma y eso los motivará a interactuar más con tu contenido.

- **Pide opiniones sobre el contenido.** Aprovecha la comunicación bidireccional del espacio digital y solicita la opinión de tu público. Puedes pedir sus opiniones a través de tarjetas con encuestas, comentarios fijados en el chat, la pestaña Comunidad (encuestas o preguntas abiertas), etcétera.
- **Pídeles que colaboren con tu misión o que la respalden.** Haz que el público se sienta parte de tu canal y solicita su apoyo. Hazlo solo si se siente natural para ti y tu cultura, ya que en algunos países puede ser inadecuado. En otros casos, considera cómo usar esto para iniciar un debate sobre el uso de membresías del canal o plataformas de colaboración de terceros similares.

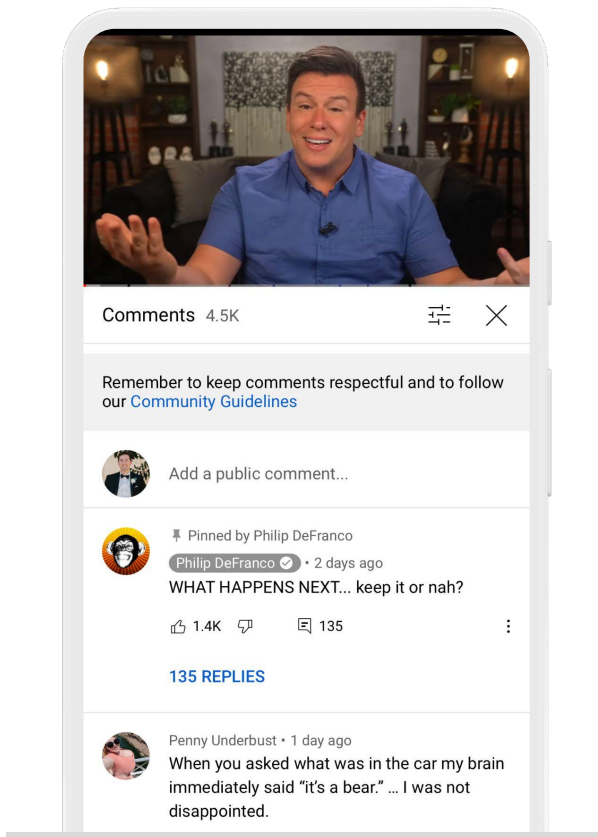


CÓMO DESTACARTE

Selecciona una conversación

Cuando pienses en cómo interactuarás con los usuarios a través de tu presencia en YouTube, ten en cuenta lo siguiente.

- **Interactúa mientras estás en vivo.** Activa Súper chat o conversa con tu público, especialmente mientras estás en vivo. Esto te ayudará a generar ingresos adicionales y, además, a forjar una conexión más profunda con tu público.
- **Desarrolla una comunidad.** Además de los comentarios, funciones como Historias y Comunidad son una gran forma de mantener una participación constante y ligera.
- **Participa en los comentarios.** Usa la opción para fijar comentarios y conversar con tu público en los videos y, además, recompensa a los buenos comentarios con “me gusta”.
- **Aprovecha las herramientas de YouTube** para administrar tus **comentarios** y el **chat en vivo** para mantener la conversación más centrada y libre de spam.



PERIODISTA: CASO DE ÉXITO

Hugo Décrypte

Creado por Hugo Travers en 2015, HugoDécrypte es un canal de YouTube que cuenta con más de 500,000 suscriptores y presenta una amplia variedad de historias y temas. En un principio, quería explorar cómo diferentes formatos de narración y presentación aumentan la accesibilidad de las noticias y los temas actuales para los públicos juveniles.

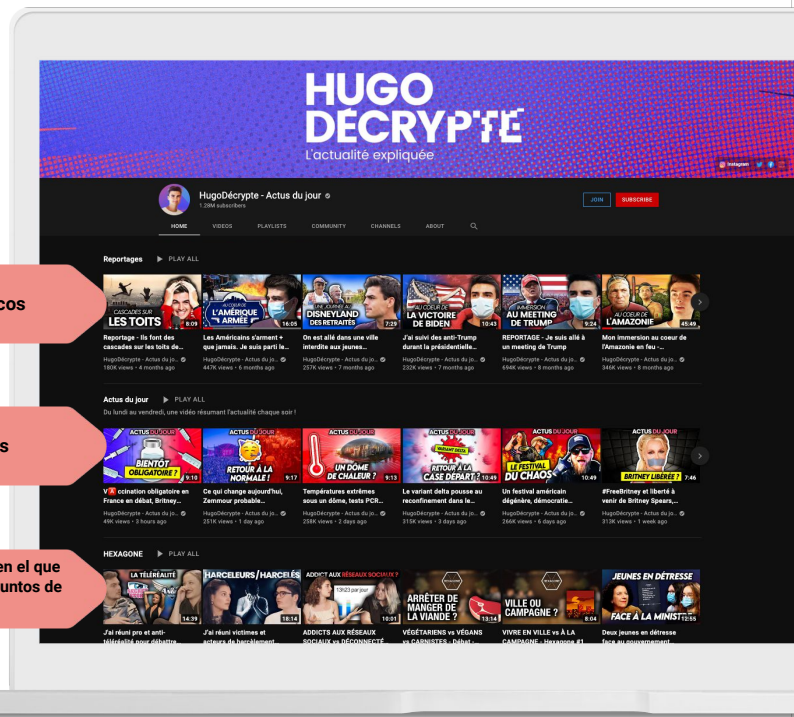
- **La experimentación genera crecimiento:** Prueba y aprende para descubrir la mejor combinación de tema, longitud, presentación y estilo para tu público que te ayude a lograr el éxito.
- **Los formatos más largos son el futuro:** A pesar de las suposiciones de que los millennials y la generación Z responden mejor al contenido breve y conciso, HugoDécrypte descubrió lo contrario. Los públicos más jóvenes en YouTube buscan y aprecian los informes de noticias de formato largo y prefieren el contenido que ofrece estas opciones.
- **Para escalar, incluye nuevas formas de presentación:** Aunque su personalidad ayudó a convertir la marca en lo que es hoy, se dio cuenta de que este enfoque limitaba su capacidad para desarrollar el canal, por lo que experimentó con diferentes tácticas de presentación. Invitó a presentadores adicionales para trabajar con él y también creó videos con personas jóvenes desarrollando un debate automoderado.

Resultado: Aumento de los suscriptores y notoriedad. En un año de experimentación, HugoDécrypte duplicó sus suscriptores y tuvo la oportunidad de entrevistar al presidente Macron.

Informes temáticos

Noticias diarias

Hexagone (programa en el que se discuten temas con puntos de vista opuestos)



¿Tienes preguntas?



Gracias

