

## El video como herramienta de ventas a través de Internet

Internet en su relativa corta historia, ha cambiado muchas de las cosas que conocemos, la forma como interactuamos e incluso la forma cómo se hacen hoy en día los negocios. Estos cambios son innegables y hoy quiero abordar un tema que hace parte de este cambio y que desde mi punto de vista, hace parte de una revolución que hasta ahora da sus primeros pasos: el video.

El video por si solo no trae nada de novedoso. Hace muchas décadas el video hace parte de nuestra cotidianidad, a través de la televisión, primero en blanco y negro, después a color, más recientemente en alta definición (HD) y pronto en ultra alta definición. El poder del video es innegable y lo hemos visto con grandes hechos históricos, como la llegada del primer hombre a la luna o cuándo tumbaron el muro de Berlín, entre muchos otros. El cambio está en que este video solía estar reservado para grandes cadenas de televisión que habían invertido millones de

**ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES**  
CONSULTOR EN  
INNOVACIÓN Y  
ESTRATEGIAS  
EMPRESARIALES



dólares en equipos e infraestructura. Hoy la realidad es otra y una persona con un computador y una cámara de video de \$20,000 o un celular de gama media, pero con cámara, puede mover al mundo y lograr grandes cosas.

El video en Internet ha cambiado la forma cómo muchos se comunican e incluso, cómo hacemos negocios. Personas desconocidas y con un presupuesto mínimo están logrando muchas cosas, incluso sin ser esta su intención. Plataformas como *YouTube*, hoy propiedad del gigante *Google*, nos han permitido enviar nuestro mensaje a todo el mundo, en videos que tratan todo tipo de temas.

Precisamente en esta plataforma, que recibe y distribuye mi-

les de millones de videos, podemos encontrar los ejemplos más dispares. Por un lado podemos encontrar a empresas que quieren compartir sus videos, incluso muchas de estas están creando contenidos exclusivamente para ser vistos por Internet. Pero a la vez también encontramos individuos que quieren compartir algún mensaje o algo gracioso.

Entre estos se encuentra el video no musical más visto de la historia de *YouTube*, protagonizada por dos hermanos ingleses. **Charlie** de un año, le muerde el dedo a su hermano **Harry** de 3 y sus padres filman esto y lo suben a *YouTube*. Hoy ha sido visto según las cifras de este portal por más de 500 millones de personas y ha llevado a la creación de diversos productos, que van desde juegos hasta ringtones para los celulares.

Lo más interesante de este caso, es que lograr que 500 millones de personas vieran este video no le costo a esta familia un solo peso, más allá de lo que costó la cámara de video, el computador con el

que se subió el video a *YouTube* y la conexión a Internet. Estoy seguro que muchas empresas quisieran que sus comerciales recibieran semejante recepción y atención. Y aunque lograr tener ese impacto puede ser complejo, sí es posible lograr gran recordación.

### EL VIDEO SE PRESENTA COMO UNA DE LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN A USAR AHORA Y EN EL FUTURO, Y NO ESTÁ RESERVADA PARA GRANDES FIRMAS

El video se presenta como una de las herramientas de promoción a usar ahora y en el futuro. Lo mejor de esto, es que la misma no está reservada para grandes empresas, sino que puede ser usada por todo el mundo. Una inversión de unos cuantos cientos de dólares puede traer grandes beneficios para las empresas. Además, al usar plataformas como *YouTube*,

las empresas que usan este medio inmediatamente estarán llegando a una audiencia a nivel mundial.

Dentro de los departamentos de mercadeo de las empresas, debemos empezar a mirar este tipo de videos de forma seria. Es una excelente alternativa que puede tener gran impacto y cuya relación costo-beneficio es una de las más altas que podemos encontrar. Además, es un elemento que no solo podemos usar en *YouTube*, sino en las presencias de su empresa a través de la página web y cuentas en redes sociales como *Facebook*.

Actualmente, es tan importante el video que es una herramienta indispensable en negocios nacientes. La mayoría de concursos de planes de negocios, así como inversionistas, están demandando presentar los conceptos del negocio en este formato.

Como con todos los elementos de mercadeo, el video por si solo no puede asegurar el éxito. Se requiere planeación, estrategia y una buena ejecución.