

El Vídeo en Streaming como Estrategia de Contenidos: Facebook Live, Periscope, etc.



Post exclusivo del colaborador del blog Juan Merodio – [@juanmerodio](#)

¿Acaso tienes alguna duda que el video crece y crece como la espuma? **Los usuarios cada vez demandan más contenido visual**, y el video es un formato muy bien recibido por éstos, de hecho cada vez más las principales redes sociales centran sus esfuerzos en contenidos y a nivel publicitario, en el uso del video como herramienta de marketing.

Crear video no es algo sencillo, o mejor dicho, **requiere de tiempo generar un contenido visual**, pero una buena idea puede ser reutilizar otros contenidos que ya has generado o estás generando en formatos como texto, y crear micro-videos con ese contenidos en streaming, es decir, a tiempo real.

La inmediatez es una variable muy valorada por los usuarios, que deciden consumir videos que se están emitiendo en directo y que luego quedan subidos en plataformas para su posterior visionado en algunos casos, y en otros serán videos que desaparezcan y no se vuelvan a ver, como puede ser el caso de videos subidos a SnapChat, lo que los convierte en contenidos efimeros pero interesantes.

Plantéate el crear contenidos en video en streaming con una frecuencia a ser posible mensual, aunque si pudiese ser mayor siempre es mejor, donde puedes generar como comentaba contenidos de interés para tus clientes, hacer sesiones abiertas de preguntas y respuestas donde clientes y potenciales puedan preguntarte dudas que tienen.

Para ello hay distintas plataformas como pueden ser **Facebook Live, Periscope o incluso YouTube**. Pero si a día de hoy tuvieras que elegir alguna, ¿cuál sería?

En mi caso, y a falta de testar según la empresa, **empezaría por Facebook Live**, ya que todavía tiene una gran masa crítica de usuarios y los resultados de los videos en streaming suelen ser muy buenos a nivel de interacción, donde en muchos casos se convierte no solo en un aumento de la notoriedad de la marca, sino de captación de posibles clientes que hacen preguntas a tiempo real mediante comentarios.

Una de las partes más interesantes de Facebook Live es que **ofrece estadísticas detalladas**, con la que podrás analizar la repercusión de cada video:

Rendimiento del vídeo en esta publicación		
 Número máximo de espectadores del vídeo en directo	37	>
 Minutos reproducidos	3579	>
 Usuarios únicos	2421	>
 Reproducciones de vídeo	2508	>
 Reproducciones de 10 segundos	997	>
 Tiempo promedio de reproducción del vídeo	0:35	>
 Público e interacción		>

¿Usas el video en streaming como herramienta de marketing en tu empresa?