



check list
para grabar video
y caja de herramienta





check list
para grabar video
y caja de herramienta

¡Hola! Soy Madelaine Leignadier, pero también me puedes decir Made. Soy experta en comunicaciones con más de 25 años de experiencia en el medio audiovisual en Panamá.

Mi pasión por crear y comunicar contenidos de valor me lleva a compartir contigo mis herramientas favoritas para crear y lograr comunicaciones efectivas y estratégicas para la generación de contenidos. Con estas herramientas y mis consejos de vídeo podrás hacer crecer tu marca a través de Instagram, Historias, IGTV y Reels.

Madelaine 
LEIGNADIER

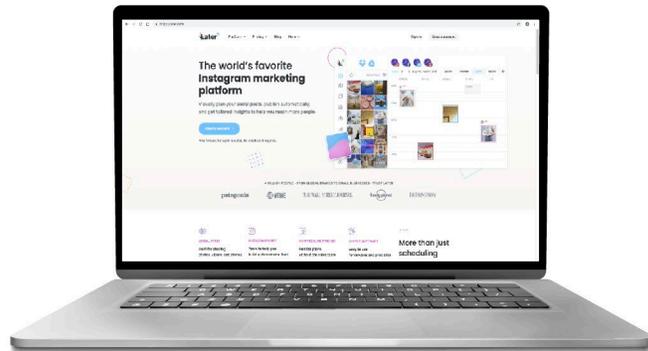


check list
para grabar video
y caja de herramienta

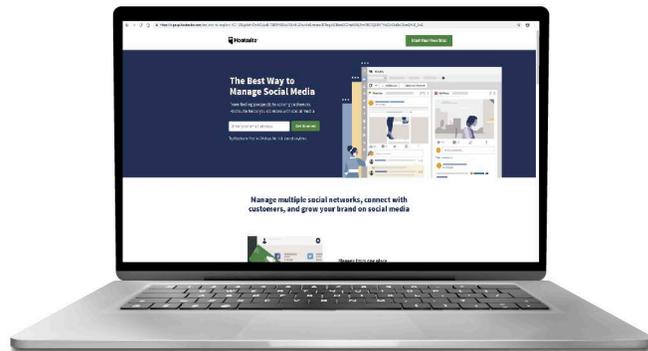
PLANIFICADORES DE AGENDAS



Planificador de agendas
y grid de Instagram.



Planificador de agendas
para múltiples cuentas
de Instagram.



Planificador de agendas
para Facebook, Twitter,
Linkedin.





check list para grabar video y caja de herramienta



INSTAGRAM

Canva – Diseño gráfico.

Linktree – Enlaces múltiples para tu Bio en Instagram.

Unfold – Plantillas para fotos y vídeos de Historias.



FOTO

Lightroom Mobile – Editor avanzado de fotos.

Tezza – Editor de fotos.



VIDEO

InShot – Editor de vídeo para IGTV.

Tezza – Editor de vídeo.

Quick – Editor de vídeo.

Videoleap – Editor de vídeo.

Teleprompter – Grabador de vídeo con texto guía

Veed.io – subtítulos de vídeos



check list para grabar video y caja de herramienta

ESTRATEGIA EN INSTAGRAM

INSTAGRAM

- Aplica regularmente filtros en tus fotos y usa plantillas con el diseño que identifique tu marca para un “feed” cohesivo.
- Crea de 5 a 8 emojis de tu marca para que uses regularmente en tus publicaciones y “captions”.
- Usa hasta 30 “hashtags” para ser descubierto por nuevos seguidores.
- Usa la primera línea de tu “caption” para llamar la atención de tus seguidores, así los provocas a querer seguir leyendo. Hazlo como si fuera un título de un blog o un asunto de correo.
- El algoritmo semi-cronológico es impactado por la atemporalidad, las relaciones y los intereses, por lo cual la hora y la fecha de tus publicaciones y dependiendo de cuán rápido esto reciba interacción, impactará directamente al algoritmo.
- Interactúa con otras publicaciones comentando, haciendo réplicas y dando “likes”. Esta es la mejor forma para conectar con nuevos seguidores de forma auténtica.
- Recuerda interactuar con tus seguidores actuales al mismo tiempo que lo haces con seguidores potenciales.
- Haz que tus seguidores visiten el enlace en tu bio con un “call to action” para que así accedan a tus otros contenidos.
- Etiqueta otras cuentas y usa ubicaciones en tus publicaciones para tener más vistas y alcance.
- Enfócate en la consistencia más que en frecuencia con al menos una publicación al día.
- 3 a 4 publicaciones por semanas funcionan muy bien, con esto permites que cada publicación tenga un buen desempeño.



check list para grabar video y caja de herramienta

INSTAGRAM STORIES

STORIES

- Haz historias diarias de 3 a 7 veces al día para estar al principio de las historias de tus seguidores.
- Usa stickers de preguntas, encuestas, quiz para interactuar con tu audiencia.
- Añadiendo 11 hashtags y 1 sticker de ubicación a las historias puedes crecer tu alcance y vistas.
- Haz un resumen de cada historia usando textos.
- Usa lenguaje coloquial y ve directo al tema de tu historia en los primeros 5 segundos.
- Las historias tienen una caducidad de 24 horas, pero puedes almacenarlas en las “Historias Destacadas” para que perduren.
- Usa las historias para que las personas conozcan tu marca a través de microcontenidos como historias sin filtros, behind the scenes, etc.
- Usa los mismos filtros, plantillas y colores para que tengas historias con una imagen cohesiva.

IGTV

- El IGTV son canales para publicaciones con formato de vídeos largos.
- Es una plataforma que se enfoca en vídeos en orientación vertical en aspecto de 9:16, a la vez que permite vídeos en orientación horizontal.
- En la descripción de los vídeos puedes incluir enlaces de URL's que se pueden acceder haciendo “click”.
- Puedes enlazar un video de IGTV en las historias para promover directamente nuevos videos, incluso teniendo menos de 10K seguidores.
- Organiza los videos de IGTV en series con episodios.



check list para grabar video y caja de herramienta

IGTV CONT.

- Cuando se comparte un video de IGTV en el “feed”, se podrá ver la foto de la portada en el grid con el ícono de IGTV en la esquina superior izquierda, lo que significa que la foto de la portada es muy importante.
- Cuando diseñes tus fotos de portadas asegúrate de que sean fáciles de recortar al aspecto de 4:5 para “feed” y 1:1 para “grid”, para que de esta forma coincida con la estética de tu “grid”.
- Las opciones para compartir IGTV en los “feeds” nos dan una previsualización de un minuto con la cual se asegura captar la atención de quienes lo vean.
- El título y la descripción se convierten en el “caption” del “feed”.



check list para grabar video y caja de herramienta

GLOSARIO

- **Engagement / Interacciones:** número de likes o comentarios en cada una de las publicaciones en la plataforma.
- **Algoritmo:** Es la máquina interna con la que Instagram recopila data para predecir qué fotos y videos son los más importantes para los usuarios.
- **API – Application Programa Interface:** Cómo Instagram interactúa con otras aplicaciones.
- **Campaña Instagram:** Campaña de mercadeo implementada en la plataforma de Instagram.
- **Historias de Instagram (Stories):** Característica de Instagram que permite a los usuarios crear secuencias de fotos y vídeos con una caducidad de 24 horas luego de ser publicadas.
- **Stickers:** una característica de las historias de Instagram que permite a los usuarios decorar fotos y vídeos en las Historias; incluye: ubicación, preguntas, música, encuestas, emojis, hora actual, clima, selfie...
- **Hashtags:** una palabra o frase precedida por el signo de numeral (#) que se usa como una estrategia para incrementar el descubrimiento de los usuarios de mi interés.
- **Instagram Highlights:** Características de las Historias de Instagram que permite a los usuarios archivar contenidos de las historias y compartir estas publicaciones en sus perfiles.
- **Feed Post:** Fotos publicadas directamente al Feed de Instagram.
- **Instagram Grid:** vista de 9 publicaciones en el perfil.
- **IGTV:** Plataforma de vídeo en Instagram comparable con canales de YouTube para compartir vídeos en orientación vertical de más de 10 minutos de duración.
- **Impresiones:** Número total de veces que todas tus publicaciones han sido vistas, buscadas dentro de tus analíticas.
- **Alcance:** Número de cuentas únicas que han visto tus publicaciones.



check list para grabar video y caja de herramienta

DIMENSIONES DE INSTAGRAM

FOTO DE PERFIL

180 x 180 pixeles

IMAGEN CUADRADA

1080 x 1080 pixeles

IMAGEN HORIZONTAL

1080 x 566 pixeles

IMAGEN VERTICAL

1080 x 1350 pixeles

HISTORIAS

1080 x 1929 pixeles

VIDEO CUADRADO

1080 x 1080 pixeles

VIDEO VERTICAL

1080 x 1920

DIMENSIONES DE YOUTUBE

FOTO DE PERFIL

800 x 800 pixeles

IMAGEN DE CABECERA

2560 x 1440 pixeles

MINIATURA

1280 x 720

VÍDEO

1920 x 1080

DIMENSIONES DE FACEBOOK

FOTO DE PERFIL

180 x 180 pixeles

IMAGEN DE PORTADA

851 x 315 pixeles

VÍDEOS DE PORTADA

820 x 312 pixeles

PUBLICACIONES CUADRADAS

1200 x 1200 pixeles

PUBLICACIONES ENLACES

1200 x 628 pixeles

DIMENSIONES DE LINKEDIN

FOTO DE PERFIL

400 x 400 pixeles

IMAGEN DE PORTADA PERSONAL

1584 x 396 pixeles

LOGO DE EMPRESA

300 x 300 pixeles

IMAGEN DE PORTADA PARA PÁGINAS DE EMPRESA

1536 x 768 pixeles

IMAGEN CON UNA URL

1200 x 627 pixeles

IMAGEN POST

1200 x 627 pixeles

IMAGEN POST CUADRADA

1200 x 1200 pixeles



check list para grabar video y caja de herramienta

Madelaine
LEIGNADIER



PROYECTO:

GUIÓN

- Definir el tema y estructurar puntos claves.
- Incluir puntos en los que generes interacción con tu audiencia.
- Separar el guión en párrafos fáciles de memorizar.
- Incluir en la parte final el llamado a la acción.
- Usar teleprompter (opcional) para ser más eficiente.

LUGAR

- Elige un lugar con buena iluminación y que represente tu marca personal.
- Elimina objetos que causen distracción en el fondo.
- Utiliza colores sólidos en tu vestuario y le aporte luz a tu rostro.
- Observa tu arreglo personal que sea a tono con tu mensaje
- Evita el uso de accesorios que causen distracción.
- Mantente bien hidratado.

CÁMARA

- Limpia el lente de la cámara o el smartphone.
- Si grabas desde tu smartphone activa el modo avión.
- Desactiva alarmas y apps.
- Revisa la carga de tu cámara o dispositivo móvil.
- Conecta y Revisa que el audio se este recogiendo bien.
- Asegúrate que tu encuadre sea armónico.
- Verifica la estabilidad de tu cámara y usa un trípode para mayor estabilidad.

AUDIO

- Coloca el micrófono de solapa o boom.
- Recuerda evitar los cables.
- Si grabas desde el móvil verifica la distancia y la dirección del viento.

ILUMINACIÓN

- Si utilizas luz natural colócate frente a la ventana para evitar contraluz.
- Si utilizas iluminación asegúrate de no tener invasión de luz natural pues serán dos temperaturas diferentes.
- Eleva el trípode de tus lámparas por encima de tu mirada.
- Coloca tus lámpara principal a 45 grados y tu lámpara de relleno aléjala para crear una luz más difuminada.
- Si tu techo el blanco puedes rebotar tu lámpara de relleno para lograr un baño de luz
- Si utilizas luz de cabello (back light) recuerda medir su intensidad.
- Si utilizas aro de luz (ring light) tu rostro debe quedar en medio de la esfera.

COLOCACIÓN

- Fijar la cámara al trípode.
- Ajusta el lente a la altura de los ojos.
- Encuadra el plano con el primer tercio horizontal.
- Ajustar enfoque y exposición.

GRABACIÓN

- Repasa los puntos del guión.
- Practica el texto antes de grabar.
- Marca las tomas válidas.
- Respira y deja algunos segundos entre cada toma.