



GUÍA DE GRABACIÓN PARA MARCAS DE CASA

Que tu producto se vea *como se vive.*

Hooks, luz, planos y duración: cómo grabar un mueble, una lámpara o un textil para que la gente vea el vídeo hasta el final. Con móvil, en una casa real y sin equipo profesional.

Lenna Arroyo

@lenna.arroyo · soylenna.com

Edición 01

ANTES DE EMPEZAR

Tu producto no compite con otros muebles. *Compite con el scroll.*

En redes nadie entra a ver un catálogo. La gente entra a ver vidas, casas y decisiones con las que se identifica. Si tu producto aparece dentro de esa historia, se queda en la memoria. Si aparece como en una ficha de producto, desaparece en dos segundos.

Esta guía recoge lo que aplico en mis propios vídeos de casa, grabados con el móvil en mi salón y en mi estudio.

2,1M	528K	64K+
visualizaciones al mes entre TikTok e Instagram (media de 90 días)	visualizaciones en un solo vídeo sobre mi casa	seguidores, en su mayoría mujeres de 25 a 54 años

01	Los 13 tipos de hook	3
02	La luz	5
03	Los cinco planos que funcionan	6
04	Duración y ritmo	7
05	Los errores más comunes	8
06	Checklist antes de grabar	9

01 · EL HOOK

Los dos primeros segundos *deciden todo*

El hook es la frase que aparece en pantalla al empezar. No es un título bonito: es una promesa que le dice a quien hace scroll qué va a ganar si se queda. Estos son los trece tipos que funcionan con producto de casa.

01	Lista Promete algo concreto y fácil de consumir. Funciona casi siempre.	<i>"3 cosas que hacen que mi casa sea mi lugar favorito"</i> MI VÍDEO · 106K
02	En primera persona Alguien cuenta su experiencia con la casa. Genera confianza.	<i>"Pequeñas cosas que hacen que mi casa sea mi lugar favorito"</i> MI VÍDEO · 528K
03	En segunda persona Le habla directamente a quien mira y le promete un cambio.	<i>"Tu salón está a una lámpara de parecer otro"</i>
04	Error Nadie quiere equivocarse con una compra cara. Se ve hasta el final.	<i>"3 errores al elegir sofá que hacen que tu salón parezca más pequeño"</i>
05	Pregunta Abre una duda que solo se resuelve viendo el vídeo.	<i>"¿Por qué hay casas que te abrazan nada más entrar?"</i>
06	Opinión Va contra lo que todo el mundo da por hecho. Genera comentarios.	<i>"Una cosa que nunca haría viviendo sola es hacer una habitación de invitados"</i> MI VÍDEO · 108K
07	Negativo Señala algo que la gente hace mal sin saberlo.	<i>"La luz del techo te está arruinando el salón"</i>

08	Dato Un dato que sorprende da autoridad. Solo con datos reales que puedas citar.	<i>"Pasamos casi el 90% del tiempo en interiores. ¿Tu casa está a la altura?"</i>
09	Mito Desmonta una creencia que frena la compra.	<i>"No necesitas una casa grande para tener habitación de invitados"</i>
10	Buscable Frases que la gente escribe en el buscador de TikTok. Ponlas en pantalla y en el texto.	<i>"Ideas para habitación de invitados pequeña"</i>
11	Identificación Una escena que quien mira reconoce como suya.	<i>"Cuando tu plan favorito del fin de semana es no salir de casa"</i>
12	Educativo Enseña algo útil. Se guarda y se comparte.	<i>"Cómo hacer que un dormitorio pequeño parezca más grande sin obras"</i>
13	Historia Un antes y un después con experiencia detrás. El producto es la decisión acertada.	<i>"3 cosas que cambiaría si empezara de cero"</i> MI VÍDEO · 326K

LOS QUE MEJOR ME FUNCIONAN



Primera persona

528K



Historia

326K



Opinión

108K



Lista

106K

Cómo usarlos: escribe tres hooks de tipos distintos para cada vídeo y quédate con el que prometa algo más concreto. Si dudas entre dos, publica uno y guarda el otro para la siguiente versión del vídeo.

02 · LA LUZ

La luz natural *vende más* que cualquier filtro

La luz es lo que hace que una casa parezca cálida o fría, cara o barata. No necesitas focos: necesitas saber dónde ponerte y a qué hora grabar.

i. Ventana de lado, nunca de frente ni detrás

La luz lateral da volumen y textura a tejidos, maderas y cerámica. A contraluz, el producto se queda en sombra.

ii. Graba en las horas suaves

Media mañana o última hora de la tarde. El sol directo del mediodía quema los blancos y crea sombras duras.

iii. Apaga la luz del techo

Mezclar luz natural con la del techo tiñe la imagen de amarillo y verde. Si necesitas luz extra, una lámpara cálida en el encuadre.

iv. Bloquea la exposición

Mantén el dedo sobre la pantalla hasta que se bloquee y baja un poco el brillo. Mejor un punto oscuro que con la ventana quemada.



Luz lateral de ventana

175K

SÍ

Cortinas finas para difuminar el sol

Paredes claras que rebotan la luz

Una lámpara encendida al atardecer

La misma hora para todo el vídeo

NO

Flash o linterna del móvil

Filtros que cambian el color del producto

Luz del techo con luz de ventana

Grabar un plano por la mañana y otro por la noche

03 · LOS PLANOS

Cinco planos que *cuentan una historia*

Un buen vídeo de producto alterna distancias: primero el espacio, luego la persona, luego el detalle. Siempre en vertical (9:16) y con el móvil a la altura del pecho, no desde arriba.

i. Desde la puerta

El encuadre desde el umbral enmarca la habitación y hace sentir a quien mira que está entrando en tu casa.

PARA ABRIR EL VÍDEO

ii. General del espacio

Toda la estancia con el producto integrado. Sitúa: dónde está, con qué convive, cuánto ocupa.

CONTEXTO

iii. En uso

Alguien sentado, leyendo, abriendo, montando. El producto en movimiento vale más que el producto quieto.

EL CORAZÓN DEL VÍDEO

iv. Detalle y textura

Muy cerca: la trama del tejido, la veta de la madera, el mecanismo. Dos segundos bastan.

CALIDAD PERCIBIDA

v. Antes y después

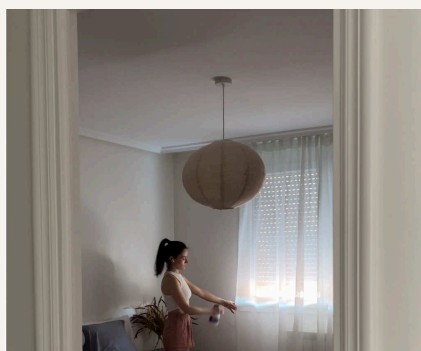
El mismo encuadre, exactamente desde el mismo punto, antes y después. Usa trípode o marca el sitio en el suelo.

PARA CERRAR

+ Zona segura

Deja libre la parte de abajo y el lateral derecho: ahí van los botones de la app. El texto, en el tercio central.

SIEMPRE



04 · DURACIÓN Y RITMO

Entre 20 y 35 segundos, *con un final que invite a volver*

Para producto de casa, lo que mejor me funciona es una estructura en cuatro partes. Yo la llamo el puente: problema, camino, prueba y propuesta.

HOOK	PROBLEMA	PRODUCTO EN USO	CIERRE
0 s	2 s	8 s	20 s → 30 s

0-2 S

Hook

Texto en pantalla y una imagen que ya cuente algo. Sin logos ni presentaciones.

2-8 S

Problema

El espacio antes, la necesidad real. Aquí se decide si la gente se identifica.

8-20 S

Producto en uso

El producto resolviendo el problema. Planos en uso y detalle alternados.

20-30 S

Cierre

El después y una pregunta o un "continuará". Nada de "compra ya".

2-3 S

Cambia de plano cada 2 o 3 segundos. Un plano largo solo si pasa algo dentro de él.

1 idea

Una sola idea por vídeo. Si tienes tres mensajes, tienes tres vídeos.

Serie

Divide una transformación en capítulos. Quien ve la parte 1 vuelve a por la 2.

Por qué funciona la serie: mi serie "De habitación de invitados a estudio" sumó 108K, 63K y 76K visualizaciones en tres capítulos. Cada producto tuvo su propio estreno, en lugar de competir por atención en un solo vídeo.

05 · ERRORES COMUNES

Lo que hace que la gente *pase de largo*

Casi todos los vídeos de marca que no funcionan fallan por lo mismo: parecen un anuncio. Estos son los errores que más veo y cómo corregirlos.

i.	Empezar con el logo Los primeros segundos se gastan en presentarse.	→ Empieza por el hook. La marca puede aparecer al final o en el texto del post.
ii.	Grabar como un catálogo El producto solo, sobre fondo blanco, girando.	→ Ponlo en una casa, con alguien usándolo. Contexto antes que producto.
iii.	Leer la ficha técnica Medidas, materiales y referencias en voz en off.	→ Cuenta qué problema resuelve. Los datos, en el texto del post.
iv.	Encuadre desordenado Cables, cajas o cosas que distraen detrás del producto.	→ Recoge el encuadre, no la casa entera. Lo que no sale en cámara no importa.
v.	Mezclar luces Planos cálidos y fríos en el mismo vídeo.	→ Graba todo a la misma hora y con la misma luz.
vi.	Texto que no se lee Letra pequeña, demasiadas palabras o tapada por los botones.	→ Máximo dos líneas, en el tercio central, con una tipografía que encaje con tu marca.
vii.	Terminar con "compra ya" Un cierre de anuncio que invita a deslizar.	→ Cierra con una pregunta o con "parte 2 muy pronto".

06 · CHECKLIST

Antes de *darle a grabar*

Imprímela o guárdala en el móvil. Si puedes marcar todo, el vídeo está listo para grabarse.

La idea

- ☐ Sé qué problema resuelve el producto
- ☐ Tengo un hook escrito en una frase
- ☐ El vídeo tiene una sola idea
- ☐ Sé cómo termina: pregunta o continuará

El espacio

- ☐ El encuadre está recogido
- ☐ El producto está en su sitio real, no en un plató
- ☐ Hay algún elemento de vida: una taza, un libro, una manta

La luz

- ☐ Luz de ventana lateral
- ☐ Luz del techo apagada
- ☐ Exposición bloqueada en el móvil
- ☐ Voy a grabar todo a la misma hora

La cámara

- ☐ Móvil en vertical y lente limpia
- ☐ Trípode o punto marcado para el antes/después
- ☐ Lista de planos: puerta, general, uso, detalle, después
- ☐ Grabo cada plano dos o tres veces

El montaje

- ☐ Duración entre 20 y 35 segundos
- ☐ Cambio de plano cada 2-3 segundos
- ☐ Texto en el tercio central, máximo dos líneas
- ☐ Subtítulos si hay voz

¿Y SI LO HAGO YO?

Contenido para marcas de casa, *de alguien a quien le funciona en la suya*

Si tienes el producto pero no el tiempo, o no sabes por dónde empezar, puedo ayudarte de dos formas.

PARA MARCAS QUE YA GRABAN

Pack Guiones

Llamada inicial para conocer tu marca y tu producto

10 guiones con 3 hooks alternativos cada uno

Guía de grabación adaptada a tu producto

Una ronda de cambios

PARA MARCAS SIN TIEMPO PARA GRABAR

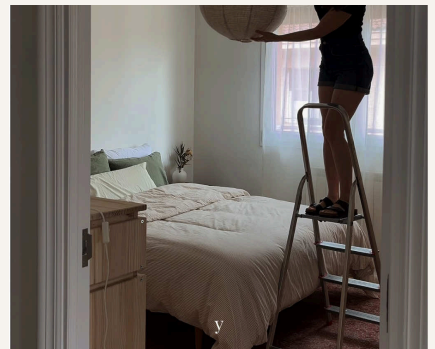
Pack Contenido

Llamada inicial y guiones incluidos

4 vídeos grabados en mi casa y editados

Formato vertical con subtítulos

Una ronda de cambios



HABLEMOS

¿Empezamos?

hola@soylenna.com

SOYLENNA.COM · @LENNA.ARROYO