



Cómo crear videos de seguridad que generen confianza y atraigan clientes

● WEBINAR



Con:
Daniela Salazar
Marketing Coordinator

CONTENIDO

- 01 ¿Por qué los videos de tu empresa de seguridad no están generando clientes?
- 02 Cómo los videos construyen la confianza en segundos
- 03 Qué tipo de videos sí funcionan en empresas de seguridad privada
- 04 Cómo convertir tus videos en clientes (sin vender directamente)

UNO DE LOS **ERRORES MÁS COMUNES**, ES CREER QUE EL OBJETIVO DE LOS VIDEOS ES VENDER.

Los clientes no buscan videos bonitos. Buscan razones para confiar.
Cuando existe confianza, la venta ocurre con mucha mayor facilidad.

Los 6 errores más comunes al crear videos:

- ✗ Hablar solo de tu empresa.
- ✗ Hacer videos iguales a los de todos.
- ✗ Mostrar procesos sin explicar beneficios.
- ✗ Querer vender demasiado rápido.
- ✗ No presentar evidencia.
- ✗ Publicar sin estrategia.

LA CONFIANZA COMIENZA ANTES DE LA PRIMERA LLAMADA

Hoy los clientes te investigan antes de hablar contigo.
Y tus videos, muchas veces son la primera entrevista que tienes con un prospecto.



BUSCA TU EMPRESA

Normalmente revisa:
Sitio web
LinkedIn
Facebook
Instagram
Google
Videos

VE TUS VIDEOS

Si encuentra perfiles abandonados, publicaciones antiguas o videos de baja calidad, inmediatamente surgen dudas.

DECIDE SI CONFIAR

Aunque la empresa tenga veinte años de experiencia y tenga todas las certificaciones. Si no eres confiable en lo que ve, no te contacta.

¡AGENDA UNA REUNIÓN!

Si lograste hacer que confiara en ti. Porque las personas juzgan solo lo que pueden ver.

01 ¿POR QUÉ LOS VIDEOS DE TU EMPRESA DE SEGURIDAD NO ESTÁN GENERANDO CLIENTES?

| No es un problema de la cámara. Es un problema del mensaje.

**PIENSA EN LOS ÚLTIMOS CINCO VIDEOS QUE PUBLICÓ TU
EMPRESA.**

**¿CUÁNTOS REALMENTE RESPONDEN UNA PREGUNTA QUE
TENDRÍA UN CLIENTE POTENCIAL?**

EL PROBLEMA DE MUCHAS EMPRESAS DE SEGURIDAD

Muchas empresas de creen que están haciendo marketing porque publican un video cada semana.

Y cuando analizamos ese contenido encontramos que todos muestran:

- Patrullas circulando.
- Guardias caminando.
- Personal formado.
- Cámaras de seguridad.
- Alarmas.
- Tomas con dron.

Pero no responden ninguna pregunta importante del cliente:

- ¿Por qué debería confiar en ustedes?
- ¿Qué los hace diferentes?
- ¿Cómo trabajan?
- ¿Qué resultados obtienen?
- ¿Qué experiencia tienen?
- ¿Cómo resolverían mi problema?

01. ¿POR QUÉ LOS VIDEOS DE TU EMPRESA DE SEGURIDAD NO ESTÁN GENERANDO CLIENTES?

HAZ VIDEOS QUE **RESPONDAN LAS PREGUNTAS** QUE TIENE TU CLIENTE.

Cuando un video responde esas preguntas, el cliente empieza a confiar.



EJEMPLOS



01. ¿POR QUÉ LOS VIDEOS DE TU EMPRESA DE SEGURIDAD NO ESTÁN GENERANDO CLIENTES?

✗ Video tradicional

Hablan de tu empresa, no de la solución que ofreces a tus clientes.

"Somos una empresa líder con más de veinte años de experiencia..."

El cliente piensa:

"Eso también lo dice tu competencia."

✓ Video con mejor enfoque

"Hace seis meses un parque industrial tenía constantes problemas de robo. Hoy, después de implementar un protocolo de vigilancia y monitoreo, redujo significativamente los incidentes. Te contamos cómo lo logramos."

En este, el cliente presta atención porque está viendo un problema similar al suyo.

✗ Video tradicional

Solo muestran lo que hacen, pero no explican por qué es importante.

"Contamos con un centro de monitoreo..."

El cliente piensa:

"Eso lo mismo que me ofrece ofrece lo otra empresa"

✓ Video con mejor enfoque

"Nuestro centro de monitoreo opera las 24 horas para detectar incidentes en tiempo real y coordinar una respuesta inmediata, reduciendo los tiempos de reacción."

Ya no solo muestras tecnología, explicas el valor que genera.

01. ¿POR QUÉ LOS VIDEOS DE TU EMPRESA DE SEGURIDAD NO ESTÁN GENERANDO CLIENTES?

✗ Video tradicional
Hacen promesas pero no muestran evidencia

"Nuestros guardias están altamente capacitados."

El cliente piensa:
"Quiero ver pruebas de ello"

✓ Video con mejor enfoque
Muestra:

- Un entrenamiento.
- Un simulacro.
- Una certificación.
- Una evaluación.

Entre más evidencia presentes, menos esfuerzo tendrá que hacer el cliente para creer en ti.

✗ Video tradicional
Quieren vender demasiado rápido

"Contrátanos. Somos la mejor opción."

El cliente piensa:
"Como voy a confiar en alguien, cinco minutos después de verlo por primera vez."

✓ Video con mejor enfoque

- Conoce nuestro proceso.
- Cómo protegemos empresas similares a la tuya.
- Agenda una asesoría.
- Descarga nuestra guía.
- Síguenos para aprender más sobre seguridad.

El objetivo es ir creando una relación, no cerrar una venta en el primer contacto.

CAMBIA EL ENFOQUE

Las personas creen más en lo que ven que en lo que les dices.

En lugar de decir:	Mejor demuestra:
Tenemos experiencia	Un caso de éxito real
Tenemos buenos guardias	Un entrenamiento o certificación
Somos líderes	Un cliente hablando de sus resultados
Tenemos tecnología	Cómo esa tecnología protege al cliente
Somos profesionales	Tu proceso de trabajo

02 CÓMO LOS VIDEOS CONSTRUYEN LA CONFIANZA EN SEGUNDOS

**Las personas primero perciben y después interpretan.
Antes de analizar lo que dices, los usuarios ya tienen una primera impresión.**

Cuando un cliente potencial reproduce uno de tus videos, comienza a responder preguntas de manera inconsciente:

- ¿Esta empresa se ve profesional?
- ¿Parece organizada?
- ¿Transmiten experiencia?
- ¿Confiaría en ellos para proteger mi patrimonio?
- ¿Se ven preparados para atender una emergencia?

LOS ELEMENTOS QUE MÁS GENERAN CONFIANZA EN UN VIDEO



1. Personas reales:

Cuando aparece un rostro humano, el video transmite cercanía y autenticidad.

Ejemplo:

En lugar de grabar únicamente al guardia, entrevístalo y pregúntale:

- ¿Cuál es tu función?
- ¿Qué haces cuando recibes una alerta?
- ¿Por qué es importante reaccionar rápidamente?



2. Mostrar procesos

No enseñes únicamente el resultado, los procesos generan aún más confianza.

Ejemplo:

- Cómo seleccionan a sus guardias.
- Cómo realizan una investigación de antecedentes.
- Cómo capacitan al personal.
- Cómo monitorean una instalación.
- Cómo reaccionan ante una siniestro.

02. CÓMO LOS VIDEOS CONSTRUYEN LA CONFIANZA EN SEGUNDOS



3. Mostrar experiencia

La experiencia no solo se comunica diciendo cuántos años tiene la empresa.

Mejor muestra:

- Casos de éxito.
- Proyectos realizados.
- Sectores atendidos.
- Clientes satisfechos.
- Operaciones complejas.



4. Mostrar tecnología con contexto

No enseñes cámaras, drones o centros de monitoreo sin explicar para qué sirven. La tecnología por sí sola no genera confianza. Lo que genera confianza es entender cómo beneficia al cliente.

Ejemplo:

✗ "Tenemos cámaras inteligentes."

✓ "Nuestras cámaras permiten detectar movimientos sospechosos y enviar una alerta inmediata al centro de monitoreo, reduciendo el tiempo de respuesta."

02. CÓMO LOS VIDEOS CONSTRUYEN LA CONFIANZA EN SEGUNDOS



5. Mostrar resultados

El cliente quiere saber qué puede esperar si trabaja contigo.

Por eso los videos deben responder preguntas como:

- ¿Qué problema resolvieron?
- ¿Cómo ayudaron al cliente?
- ¿Qué cambió después de implementar el servicio?



6. Mostrar autenticidad

Hoy las personas valoran más un video auténtico que una producción profesional.

Muchas veces un video grabado con un celular, buena iluminación y un mensaje claro resulta más convincente porque transmite cercanía.

El objetivo no es parecer una empresa perfecta, sino una empresa confiable.

**Antes de publicar un video, pregúntate si cumple con estos seis elementos.
Si la respuesta es sí, es mucho más probable que ese contenido genere confianza.**

03 QUÉ TIPO DE VIDEOS SÍ FUNCIONAN EN EMPRESAS DE SEGURIDAD PRIVADA

Cada video cumple una función diferente dentro del proceso de decisión del cliente.

Para evitar que todos tus videos sean de ventas, elige bien tus **pilares de contenido**.



Algunos deben
educar



Otros demuestran
experiencia



Otros simplemente
generar confianza

10 FORMATOS, AGRUPADOS POR OBJETIVO

Generar autoridad

- Videos educativos
- Preguntas frecuentes
- Mitos sobre seguridad
- Tecnología con enfoque en beneficios

Generar confianza

- Casos de éxito
- Testimonios de clientes
- Historias reales

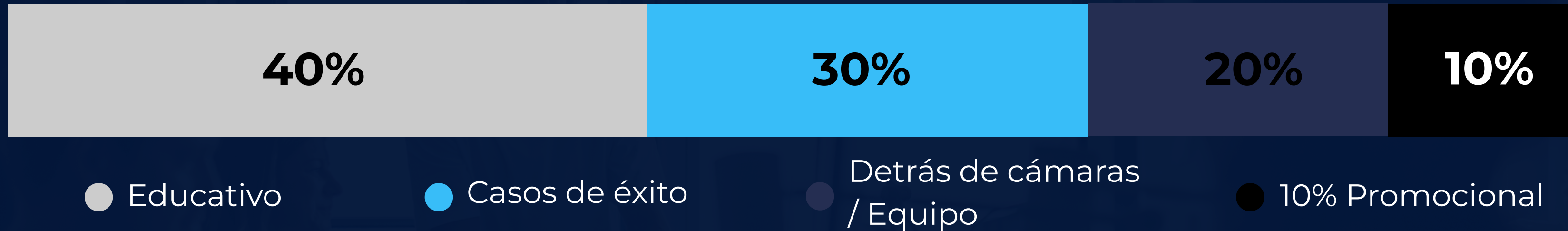
Humanizar la marca

- Detrás de cámaras/Videos del equipo
- Presentación del director

De ventas

- Promocionales que ofrezcan una interacción inmediata.

CÓMO **EQUILIBRAR** EL CONTENIDO



Ejercicio práctico:

Escribe 5 preguntas que un cliente potencial haría antes de contratar tus servicios.

Responde cada una con un video de 45 a 90 segundos.

Con ese ejercicio ya tienes contenido para varias semanas.

04 **CÓMO CONVERTIR TUS VIDEOS EN CLIENTES (SIN VENDER DIRECTAMENTE)**

Las personas no compran cuando tú quieres vender;
compran cuando sienten que pueden confiar en ti.

**SI HOY UN CLIENTE POTENCIAL ENTRARA A SUS REDES SOCIALES Y
VIERA ÚNICAMENTE SUS ÚLTIMOS TRES VIDEOS,**

**¿SALDRÍA CON MÁS CONFIANZA EN TU EMPRESA O CON LAS
MISMAS DUDAS QUE TENÍA AL LLEGAR?**

DOS MODELOS PARA QUE TUS VIDEOS CONVIERTAN

EL MODELO C.O.N.F.I.A.

C – Credibilidad: Demuestra con hechos, no con promesas.

O – Organización: Muestra procesos claros y profesionales.

N – Naturalidad: Habla como una persona, no como un anuncio.

F – Formación: Haz visible la capacitación y experiencia del equipo.

I – Imagen: Cuida la calidad visual, el audio y la presentación del personal.

A – Autoridad: Comparte conocimiento, casos reales y soluciones, no solo promociones.

EL MODELO S.E.G.U.R.O.

The diagram illustrates the S.E.G.U.R.O. model as a horizontal sequence of three steps. Each step is represented by a white circle containing a blue letter, connected by a thin white line. The first circle contains the letter 'S', the second contains 'E', and the third contains 'G'. Below each circle is a bold title and a descriptive paragraph. The background is a dark blue gradient with a faint, larger-scale version of the S.E.G.U.R.O. letters.

S

SORPRENDE

Los primeros tres segundos son decisivos.
Empieza con una pregunta, un dato o un problema que el cliente reconozca.

E

EXPÓN EL PROBLEMA

Una vez que tienes la atención, habla del problema.
Haz que el cliente piense: "Eso también me pasa a mí."

G

GENERA CONFIANZA

Aquí demuestra por qué deberían escucharte.
Puede ser: un testimonio, en ejemplo, una estadística, una demostración, un proceso.

(UTILIZA ESTOS MODELOS COMO UNA PLANTILLA SENCILLA)

EL MODELO S.E.G.U.R.O.

U

ÚTIL

Cada video debe dejarle algo al espectador, aunque nunca te compré.
Puede ser: Un consejo, una recomendación, un checklist, un error que debe evitar, una buena práctica.

R

RESPUESTA

Ahora sí invita al siguiente paso, pero no vendas.
Invítalo con:

- Descarga nuestra guía.
- Agenda una asesoría.
- Escríbenos si quieres revisar tu operación.

La idea es continuar la conversación.

O

OPTIMIZA

Revisa:

- ¿Cuánto tiempo permanecieron viendo el video?
- ¿En qué segundo dejaron de verlo?
- ¿Qué preguntas hicieron?
- ¿Qué formato funcionó mejor?

Cada video es información para mejorar el siguiente.

EJEMPLO

Hook

"¿Tus cámaras realmente están evitando robos?"

Problema

"Muchas empresas tienen tecnología instalada, pero no cuentan con protocolos de reacción."

Valor

"Por eso siempre recomendamos combinar monitoreo, supervisión y capacitación del personal."

Prueba

"Así ayudamos a uno de nuestros clientes del sector industrial a fortalecer el control de accesos y mejorar su respuesta ante incidentes."

CTA

"Si quieres saber qué áreas puedes fortalecer en tu empresa, agenda una asesoría con nuestro equipo."

REFLEXIÓN

La mayoría de las empresas de seguridad invierten miles de pesos en uniformes, vehículos, tecnología y capacitación. Pero cuando llega el momento de comunicar todo ese valor, lo resumen en un video de treinta segundos con música y un logotipo.

Y eso es una gran oportunidad desperdiciada.

Cada video que publicas debería responder una pregunta, resolver una duda o demostrar una capacidad. Porque al final del día, las personas no contratan a la empresa con mejor uniforme, contratan a la empresa que les inspira más confianza.

Tu próximo cliente ya está
investigando.

La pregunta es:

**¿Qué encontrará cuando vea tus
videos?**

GRACIAS!!



CONTÁCTANOS

Visita nuestra página web



Agenda una cita

ó envíanos un whatsapp al



55 1232 7973

info@ventaseguridadprivada.com

 [/agenciasegads](#)

 [/agenciasegads](#)

 [/company/segads](#)

 [Segads - Marketing de Seguridad](#)