

Этот чек-лист поможет тебе в создании твоего продающего видеоролика. К сожалению весь процесс создания видеоролика уместить здесь не удалось, но эти ключевые моменты помогут тебе при съемке.

- 1. Задача ролика**
- 2. Целевая аудитория**
- 3. Идея ролика**
- 4. Сценарий**
- 5. Подготовка к съемке**
- 6. Съемка**
- 7. Монтаж**
- 8. Размещение**

1. Задача ролика

Для начала нужно понять какие задачи возложены на видеоролик. «Рекламный» - это очень широко и по факту ничего не значит. Ролик должен бить по конкретным целям. Например: познакомить зрителя с услугой или товаром; рассказать подробнее, углубляясь в детали; пригласить посетить магазин; заинтриговать и пр. Чем четче стоит задача, тем проще ее будет выполнение.

2. Целевая аудитория

Определите на кого вы будете транслировать этот ролик. Например, для детского центра ЦА (целевая аудитория) может быть как родители так и сами дети. Отсюда следует, что для них нужны совершенно разные подходы, разный язык восприятия. Родителям важно, что ребенок получит пользу, ребенку важно, чтобы там было весело. Определив ЦА, вам будет проще выстроить связи в ролике.

3. Идея ролика

А вот и добрались до креатива. Обозначив задачи и ЦА можно включать фантазию. Можете самостоятельно, а лучше с кем-нибудь накидать несколько идей на бумагу. Пусть они будут странными и нелогичными. На первом этапе это не важно. Фантазируйте, как только можете. Когда будет внушительный список, вернитесь к п.п. 1 и 2, перечитайте и возвращайтесь к идеям. Теперь можете отсечь те, которые не будут решать задачи или не подойдут для ЦА. Затем трезво оцените свои силы в воплощении всех идей. И оставьте те, которые реально сможете сделать. Кстати, некоторые масштабные идеи можно слегка изменить и выполнить будет уже гораздо проще.

4. Сценарий

Решите какой длины вам нужен ролик, чтобы уместить все мысли сразу в тексте. Необходимо прописать весь текст. Никаких импровизаций. Не нужно рассчитывать, что на съемке уже придумаете что сказать. Импровизировать можно, когда есть готовый сценарий. Пишите на понятном языке для своей ЦА. Пропишите локации, действующих персонажей. Обязательно дайте почитать сценарий человеку со стороны. Часто бывает, что язык, на котором говорят в ролике, очень сложный и специфичный, и совсем не понятен для ЦА. Конечно, если ваша аудитория - это технические специалисты, то для них можно применять специальные термины и выражения. Прочитайте текст вслух, а лучше запишите на диктофон и послушайте, как он звучит. Избегайте сложных предложений. Лучше разделите одно большое на 2-3 поменьше.

5. Подготовка к съемке

Подготовка - это очень важное мероприятие. Пренебрегать им не советую. Несколько раз прочтите текст, а лучше выучить. Проверьте, чтобы весь реквизит был у вас наготове. Актеры ознакомились со своими задачами. Свет, камеры заряжены. Камера мотор! Начали!

6. Съемка

Если вы решили все делать самостоятельно, то вот несколько советов. Свет – это очень важно. Используйте максимум света. Выбирайте помещения с хорошей освещенностью (или придется ставить свой свет). Дневной свет поможет. Ищите окна. Если снимаете на улице, избегайте прямых солнечных лучей. Камеру можно использовать даже на смартфоне. Чтобы картинка была ровная, используйте штатив или плотно возьмите камеру и найдите упор. Снимите несколько дублей, чтобы потом было из чего выбрать на монтаже. Так же обратите внимание на запись звука. Хорошую картинку и интересную идею может убить напрочь плохой звук. Для записи звука можно использовать диктофон, который будет у актера поблизости, в переднем кармане рубашки или в руках.

7. Монтаж

Можете найти фрилансера, который по вашему сценарию соберет ролик. По готовому ТЗ очень сложно накосячить, хотя тут «профи» в этом деле полно. Или можете самостоятельно освоить любую программу монтажа для новичков. Не буду останавливаться на конкретных, для этого можете вбить в поисковик «программа для монтажа» и протестировать любую понравившуюся. Благо в видео уроках сейчас нет проблем. Можно обучиться самому, не имея никаких навыков.

8. Размещение

Осталось залить видео на хостинг и раскрутить его. В зависимости от того, куда вы залили видео, алгоритм действий будет разный, но одно есть общее. Чем больше людей посмотрят его в первые часы, тем больше «популярности» обретет видео в глазах поисковых роботов. Поэтому всеми способами распространяйте ссылку на ваше видео.

Надеюсь этот материал был полезен. Снимайте, фантазируйте, пробуйте себя в разных жанрах.

Владимир Стародубцев. Продакшн студия «Business Video»