

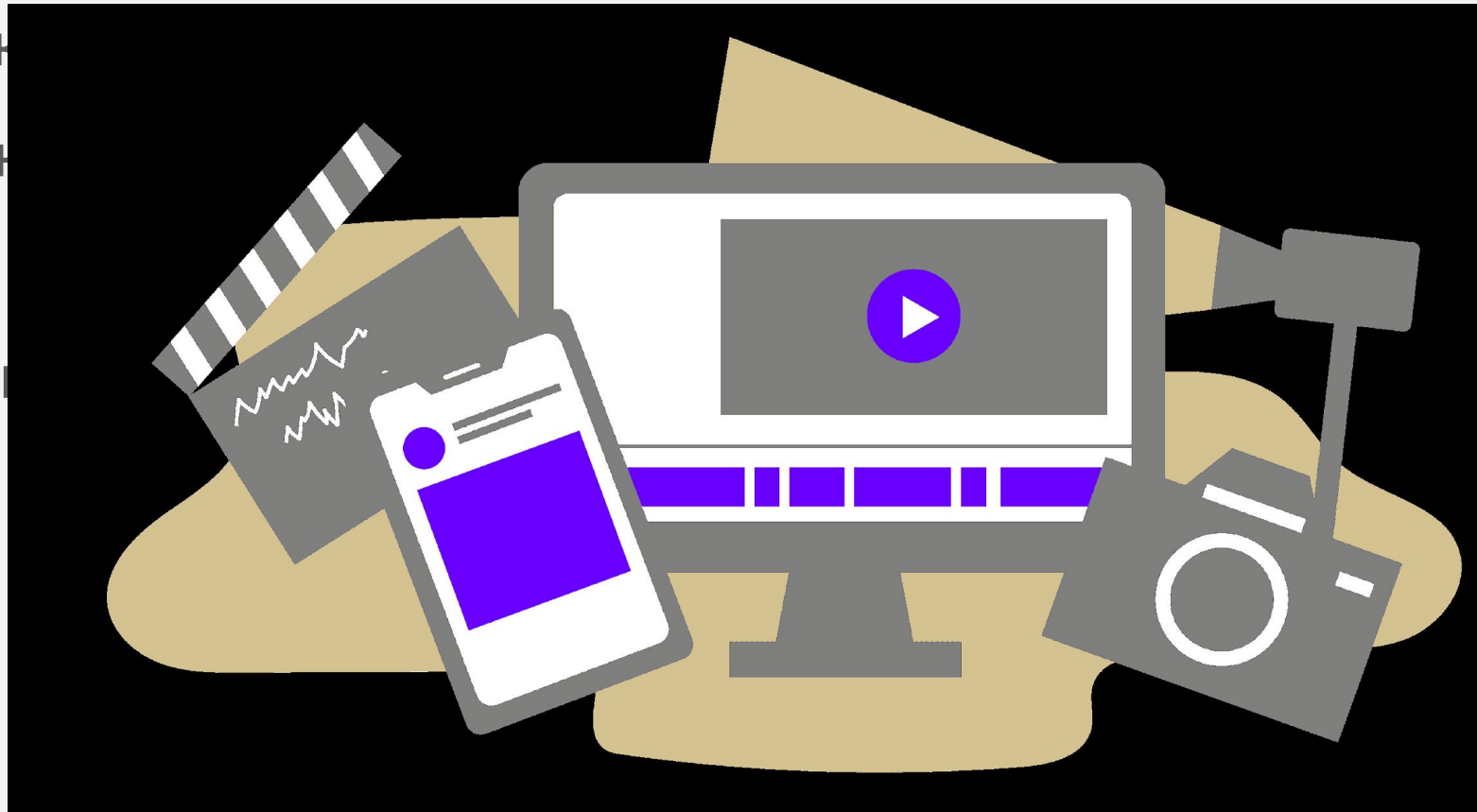
**ЛАБОРАТОРИЯ
«МЕДИА-МОРЕ»**

ВИДЕОГРАФ **ВИДЕО КОНТЕНТ**

РАЗНОВИДНОСТИ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

ВИДЫ ВИДЕОКОНТЕНТА

- Презентационные ролики (телевизионная реклама)
- Имиджевые ролики
- Обучающие ролики
- Вирусные ролики
- Социальные ролики
- Видео Арт



**КАК СДЕЛАТЬ
ВИДЕО РОЛИК
УВЛЕКАТЕЛЬНЫМ?**

1. РАССКАЖИТЕ ИСТОРИЮ ЦЕЛИКОМ (ВКЛЮЧАЯ КОНФЛИКТ)

- Видео должно иметь целостную структуру и рассказывать историю. Элементы истории включают введение, противостояние и решение. Их можно сравнить с построением рассказа из школьного курса по литературе: завязка, кульминация и развязка. Или начало, середина и конец – это если коротко и по-простому.
- Тщательно продуманная структура истории добавляет напряженность или конфликт: достижение цели требует преодоления препятствий. Как результат, интерес аудитории, которая хочет видеть happy end.
- <https://youtu.be/qdPXQLrueRg>

2. ВЫЗЫВАТЬ ЭМОЦИИ

- Конечно, привычка **задевать за живое** может иметь неприятные последствия. Но одни из самых эффективных брендовых видео имеют высокую долю эмоционального воздействия. Польский интернет-магазин **Allegro** выпустил трогательный рекламный ролик, который набрал уже более 15 миллионов просмотров. Авторы показывают историю о дедушке, который из всех сил пытается учить английский язык. В конце ролика мы неожиданно узнаем, ради чего он это сделал.
- Видео может передать соответствующий эмоциональный тон так, как не получится ни у одного текста. Из этого следует совет: для начала следует выяснить, какие эмоции имеют ценность для вашего бренда и какие цели у роликов. После этого можно приступить к режиссуре.
- <https://youtu.be/tU5Rnd-HM6A>

3. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЮМОР (ПРОДУМАННЫЙ)

- «Юмор достаточно трудно использовать», – Мэтью Пирс, видео-амбассадор TechSmith. «Это не всегда хорошо получается, если вы недостаточно знакомы со своей аудиторией». Это утверждение отлично поймет тот, кто хоть раз рассказывал шутку, над которой никто не смеялся.
- Кроме того, выполнение основной задачи юмора (смеющаяся аудитория) абсолютно не гарантирует успеха в бизнесе. Если вы собираетесь быть смешными, следуйте совету: «убедитесь, что это приводит к действиям клиентов». Независимо от того, насколько интересно видео, если оно не вдохновляет людей делать что-то в соответствии с вашей стратегией, целесообразность его использования вызывает сомнения.

4. УДЕЛЯЙТЕ ВНИМАНИЕ АУДИО (ВАЖНО НЕ ДЛЯ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ)

- Несмотря на то, что многие смотрят видео без звука, позаботьтесь о тех, кто делает наоборот. Плохое аудио может запросто испортить любой видеоконтент. Вот 3 основных совета для получения хорошего аудиотрека:
 - проводите запись в тихой комнате или специализированном помещении
 - используйте качественный микрофон
 - используйте правильную музыку или не используйте вообще
- Если с двумя первыми пунктами все выглядит понятным, то третий следует пояснить. Если вы собираетесь использовать фоновую музыку, но не обладаете талантом в ее создании – лучше обратиться к профессионалам или специализированным сервисам (Musicbed, AudioJungle и пр.). Музыка задает тон всего видео, и выбирать ее следует очень осторожно.
- <https://youtu.be/-GJJvcuulTo>

5. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЦВЕТОКОРРЕКЦИЮ

- То, как вы используете цвет, может изменить отношение аудитории к видеоконтенту. Адаптированная картинка способна создать настроение, которого требует история. Поэтому, даже если вы не претендуете на «Оскар», цветовая гамма – сильный инструмент эмоционального воздействия.

6. ДВИЖЕНИЯ ДОЛЖНО БЫТЬ МНОГО

- Очевидно, что видеоконтент созданный в маркетинговых целях не может быть абсолютно статичным. Но насколько динамичным он должен быть?
- Четких правил на этот счет не существует, но в TV-шоу и коротких фильмах ракурсы/сцены меняются каждые 2-3 секунды. Зрители подсознательно ждут частых изменений декораций, крупных планов, фоновой активности. Не учитывая внимание сформировавшиеся ожидания, людям просто нравится наблюдать движение.
- <https://youtu.be/9zDjKcvjf4I>

7. ЛИЦА (ДРУЖЕЛЮБНЫЕ ИЛИ НЕТ)

- Первое, что учатся различать дети – лица их мам. Люди видят лица даже в тех объектах, которые их не имеют, таких как луна. Когда в видео появляются персонажи, внимание аудитории автоматически притягивается к ним. И не важно, дружелюбные они или нет. Ассоциации могут быть настолько устойчивые, что при упоминании бренда, вспоминается лицо его создателя или рекламное лицо.

8. ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

- Каким бы прекрасным ни было видео, оно плохо работает без призыва к действию. Для достижения результата просто необходим план: **какие действия совершат пользователи после просмотра**. Надеяться, что видео будет работать без четкого call to action – несколько наивно.
-
- Подумайте об **интерактивности**. Наиболее простой способ – использование подсказок и конечных заставок YouTube, в которых ссылки или кнопки помещаются прямо в видео.

9. ПРОДОЛЖАЙТЕ ДВИЖЕНИЕ

- Как должны поступить пользователи **после просмотра ролика**? Вариантов много: можно перенаправить клиента на другое видео, целевую страницу, страницу магазина или товара. Подумайте о возможных вариантах, задайте себе следующие вопросы: «Что идеальный зритель хотел бы сделать дальше?», «Как можно удовлетворить это желание?».

5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕО КОНТЕНТА

1. Призыв к действию

Призыв к действию может быть виден всегда во время показа ролика или размещен в какой-либо части — например, в начале или в конце видео или любой стратегической части.

Запомните, что лучшие призывы — короткие и мотивирующие. И действуйте по этому принципу.



5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕО КОНТЕНТА

2. Социальные сети

По тому, сколько видео форматов сегодня используют социальные сети, легко понять, как важно использовать их для продвижения роликов. Это и Instagram Stories, и Instagram Reels, и Live форматы — в разных социальных сетях. Все это является ценным активом в вашем арсенале.



5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕО КОНТЕНТА

3. Оптимизация для Google

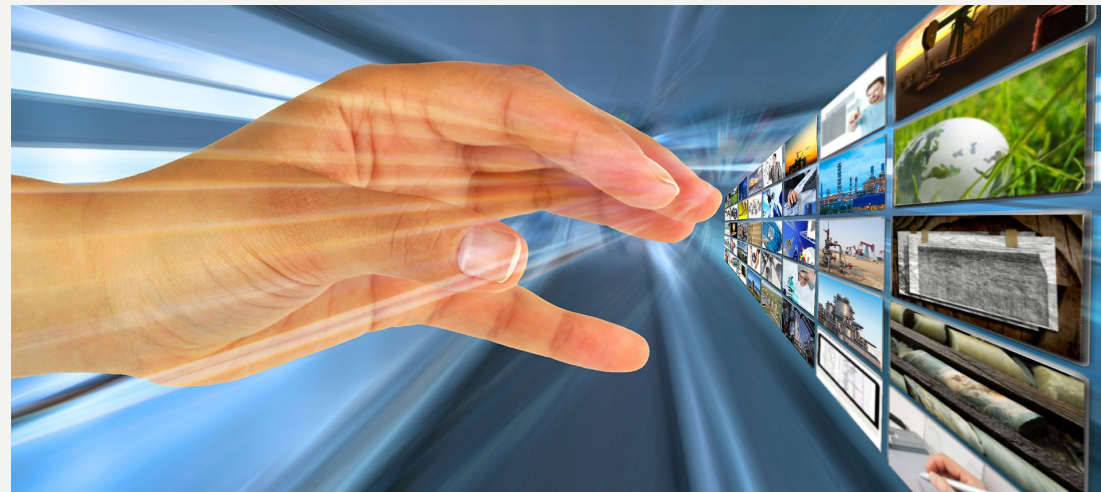
Оптимизировать видео контент для Google тоже нужно, также как это делают с текстами. Поэтому, придумывайте привлекательный заголовок, включая ключевые слова, а также пишите соответствующий текст описания.



5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕО КОНТЕНТА

4. Заставка

Конечно, судить о качестве видео по заставке не слишком правильно, но факт остается фактом — «встречают по одежке». Существуют способы создать эскизы, коллажи, заставки, которые будут отражать ваш фирменный стиль. Не забудьте добавить свой логотип или имя бренда, а также сделать текстовые тизеры — о чем будет видео.



5 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕО КОНТЕНТА

5. Использование популярных страниц на сайте, чтобы продвигать видео контент

Это можно считать недооцененной стратегией, хотя она может значительно увеличить успех вашего видео маркетинга. Принцип прост — используйте аналитические сервисы, чтобы выяснить посещаемые страницы и разделы, и публикуйте там ролики или добавьте анонсы и ссылки на видео платформы.

