

# Секреты успешного видеоконтента.



Спикер: Тюрин Евгений  
[tyurin@scanvi.org](mailto:tyurin@scanvi.org)

# ИСТОРИЯ



Первое вирусное видео в Интернет:  
Дух Рождества 1995

1

2

**Real Network** запускает  
первый плеер  
с потоковым видео

3



Первый видеохостинг:  
Чейз Норлин запускает  
ShareYourWorld.Com 1997



Vimeo стартует в 2004



**YouTube** запускается  
в феврале 2005

5

video стартует в 2004

6



**2007:** запускаются  
FacebookVideo,  
Netflix и Hulu

7

2009: YouTube  
достигает 1 млрд  
просмотров  
в день



8

Декабрь 2012:  
Gangnam Style,  
первое видео на YouTube  
с миллиардом просмотров



## ДЕМОГРАФИЯ



**95%**

российской  
интернет-  
аудитории  
смотрит  
видео-контент  
дома

**53%**

женской  
аудитории  
Рунета смотрят  
видео на  
мобильных  
устройствах



В 2016 году российский  
пользователь потратил на  
просмотр онлайн-видео около  
**21 часа**



аудитория Smart TV  
увеличилась за 2016 год  
на **11%**



48 ЧАСОВ видео загружается на YouTube каждую минуту



Пользователи сервиса Netflix по всему миру  
посмотрели

42.5 МЛН ЧАСОВ  
видео в 2015 году



# РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН ВИДЕО



Общее время просмотра онлайн-видео среди взрослых в России увеличилось в 2015-2016 году на

**14%**



В 2012-2016 году количество онлайн-зрителей видео возросло с

**55.6 до 69.3**

**МИЛЛИОНОВ**

С 2013 по 2016 год российские интернет-пользователи стали проводить за просмотром онлайн-видео в 2 раза больше времени



**2X**

..... ПРОГНОЗЫ НА 2020 ГОД .....



По всему миру к 2020 году видео трафик возрастёт в 3 раза по сравнению с 2015



К 2020 году до 75% мобильного трафика составит видео

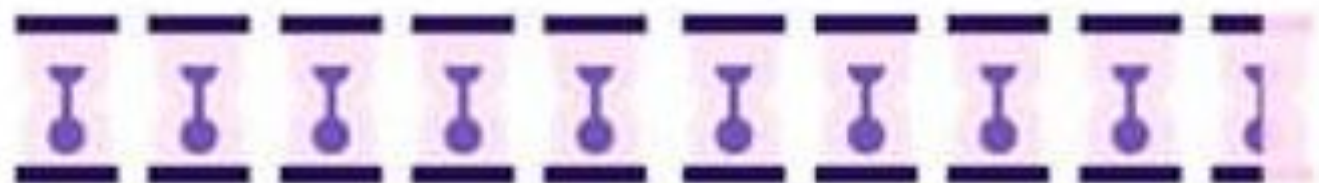


К 2020 году в интернет каждую секунду будет заливаться миллион минут видео

YouTube с его

**182.2** МЛН

уникальных пользователей  
в месяц самый крупный  
видео-провайдер



По всему миру средний пользователь  
проводит на YouTube около

**9.5** МИНУТ ежедневно



**26%**

просмотров  
коммерческого  
видео приходится  
на смартфоны и  
планшеты



**14%**

онлайн-продаж  
происходят под  
влиянием  
просмотра  
видео-рекламы

Те, кто смотрит видео  
на коммерческих  
сайтах в **1.6** раза  
более склонны к  
покупке  
рекламируемого  
товара



**73%**

покупателей с  
большей  
вероятностью  
купят товар после  
просмотра видео

# СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА

## ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЗАДАЧИ

Узнаваемость бренда  
Доверие к товару  
Регистрации  
Продажи  
Возвраты (повторные продажи)

## ПРОДАКШН

Высокое качество (HQ)  
Среднее качество (MQ)  
~~Низкое качество (LQ)~~

## ТЕМАТИКА

Специализация компании  
Тренды

## ТИП ПОЛЕЗНОГО ВИДЕО

Подборки  
Обзоры  
Повествование от первого лица  
Видеоинфографика  
Интервью с экспертом  
Кейсы





# Ошибки

## Видеомаркетинга:

- Продавать свой продукт
- Считать «вирусное видео» контент-маркетингом
- Выпускать контент нерегулярно и неструктурированно.



## ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЗАДАЧИ

Узнаваемость бренда  
Доверие к товару  
Регистрации  
Продажи  
Возвраты (повторные продажи)



## ТЕМАТИКА

Специализация компании  
Тренды





## ТИП ПОЛЕЗНОГО ВИДЕО

Подборки

Обзоры

Повествование от первого лица

Видеоинфографика

Интервью с экспертом

Кейсы





# Видеосъёмка. Инструменты

# Видеосъёмка.

И











# Видеосъёмка. Звук





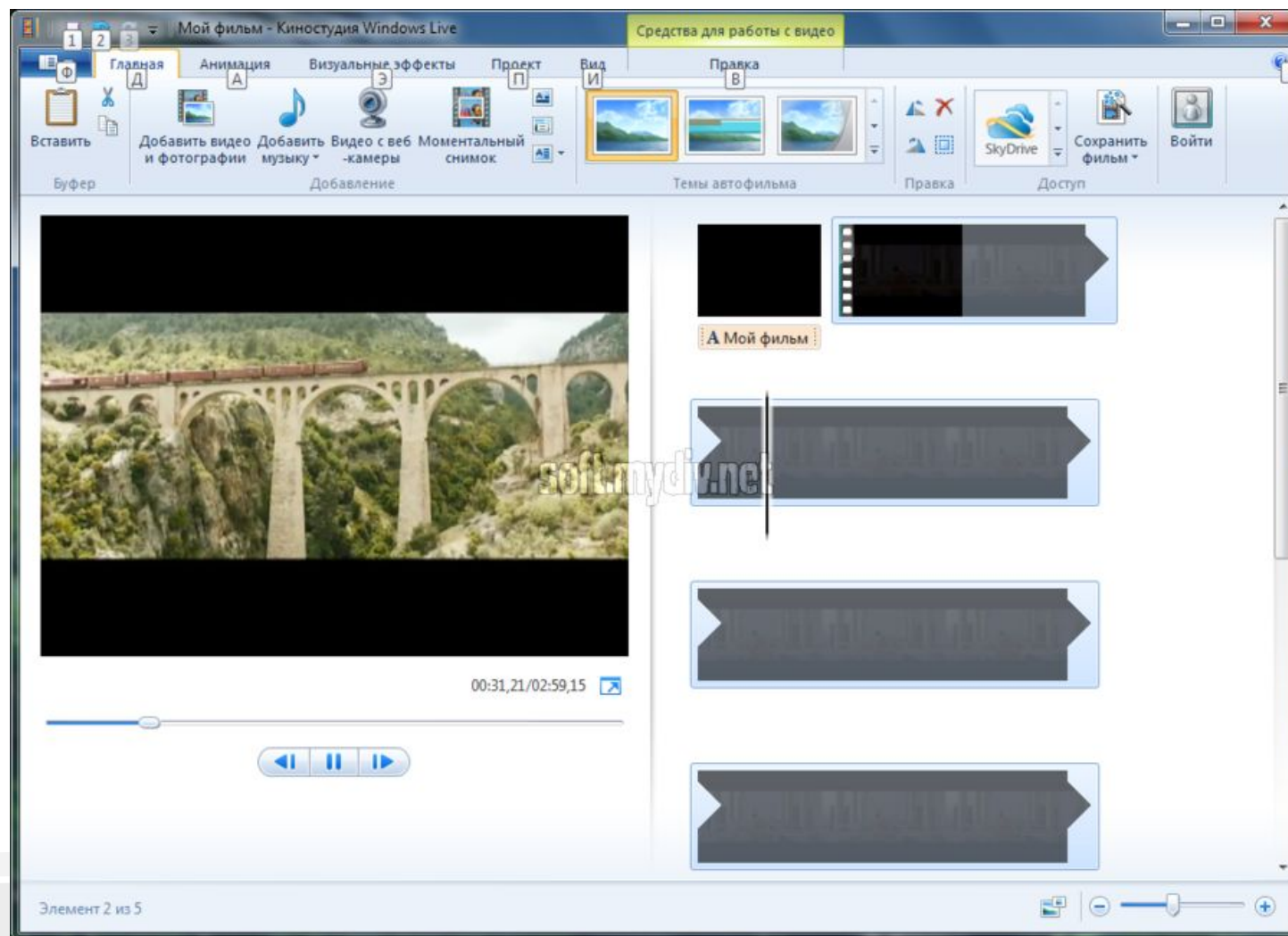




The camera  
is not included



# Видеоредакторы

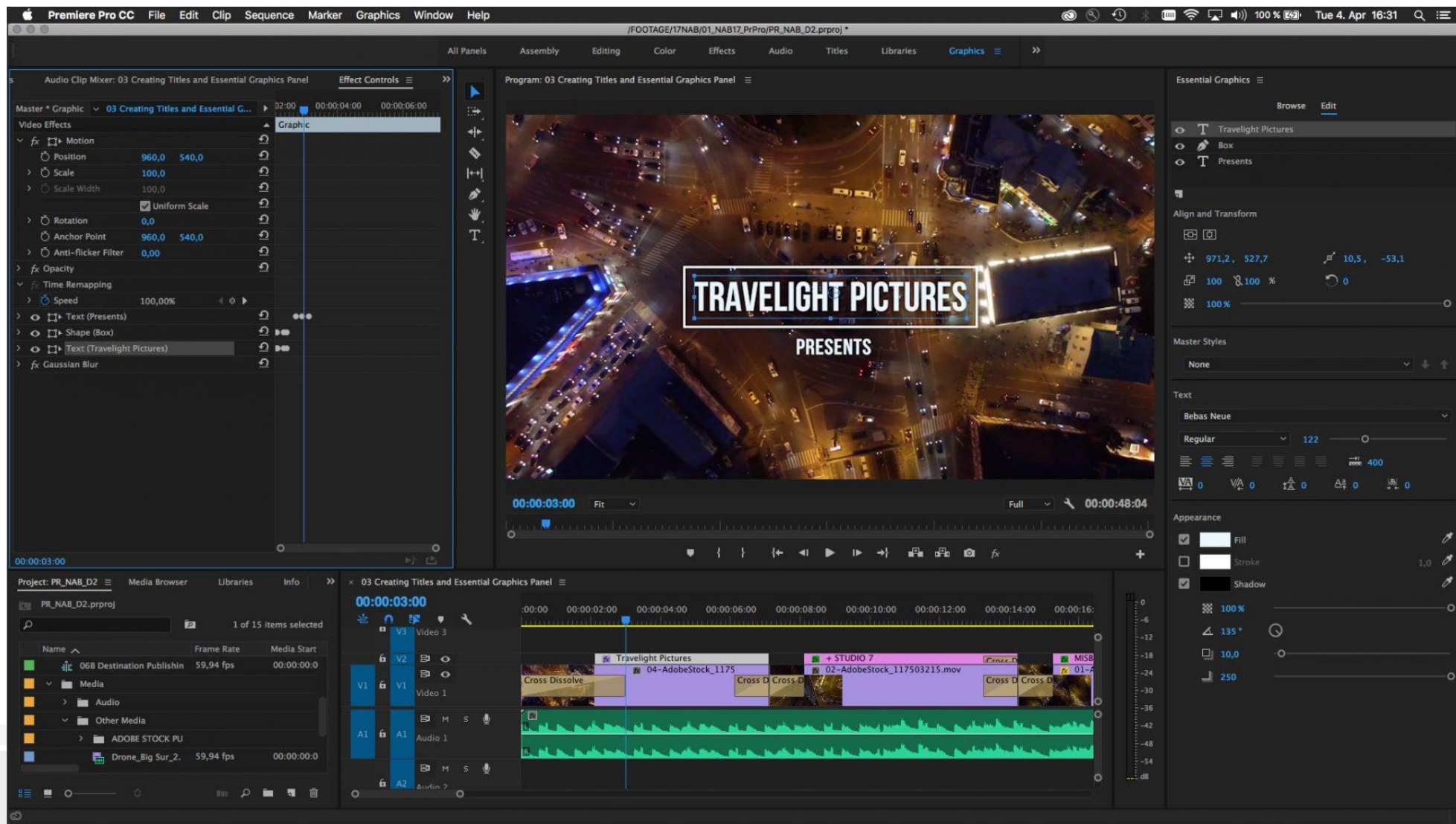




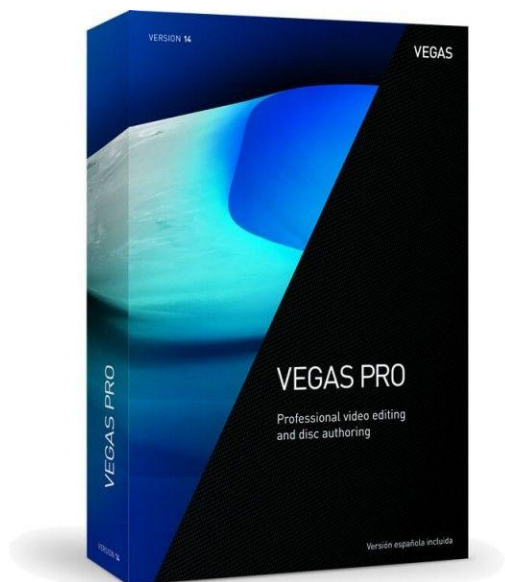
# Видеоредакторы



Adobe Premiere Pro CC

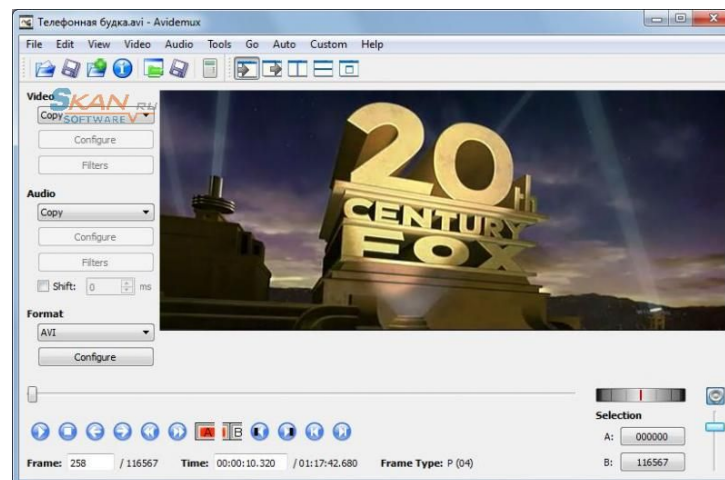


# Видеоредакторы





# Видеоредакторы





# DaVinci Resolve

The screenshot displays the DaVinci Resolve interface with the following components:

- Media Pool:** A list of media assets including video clips (e.g., 'Parked side road', 'beach\_cruising\_sunset001-003', 'badge\_CU\_003', 'bonnet\_cam\_badge\_sunset', 'interior\_cruising\_camfoot...') and audio files ('Audio 1 Take...', 'Audio 2 Take...', 'Audio 3 Take...').
- Timeline:** A multi-track editing area showing video tracks (V1-V3), audio tracks (A1-A3), and a title track. The title track contains a text element 'Luxury Touring: Europe' with a bounding box. The video tracks contain various clips like 'Parked\_34\_CU', 'Parked\_Front\_CU3\_Interio...', 'B.. Rim\_shot 0.. Interio...', 'Sunset cruising low', 'Inte..', 'Garage\_CU', 'Driving\_Sunset0..', and 'Bor...'. Audio tracks show waveforms for 'Field Mic Recording.wav', 'Engine\_Noise.wav', and 'Tyre\_No...'. A 'Luxury Touring: Europe' title clip is also visible.
- Effects Settings:** A panel on the right showing settings for the selected title element, including 'Titles', 'Text', 'Character Styling' (Typeface: Helvetica Neue, Bold, Size: 20pt, Justify, Alignment, Kerning, Tracking, Line Spacing: 12px, Opacity: 100%), and 'Inside' (Fill: Color).
- Toolbox:** A panel on the left containing 'All Effects' (Wipes: Center, Clock, Edge, Venetian, Cross Iris, Diamond Iris, Oval Iris, Edge 10frames; Generators: -24db, -20db, -18db, -14db, SMPTE, Data Burn In; Titles: 2 Pip Leader, 8 Pip Leader, Clapper 1, Clapper 2, Custom Clapper).
- Timeline Controls:** A playback control bar at the bottom of the timeline showing the current timecode (01:02:12:20) and various playback buttons.
- Bottom Bar:** A navigation bar with icons for MEDIA, EDIT, COLOR, GALLERY, and DELIVER.

© fstopacademy.com  
DaVinci Resolve