



3. Создание видео

Экспресс курс по YouTube продвижению
бизнеса

Содержание

- Виды видеоконтента для продвижения бизнеса.
- Рекламные видеоролики. Информационные видеоролики.
- Полезные или развлекательные видеоролики.
- Особенности продающего сценария на YouTube.
- Структура информационного видеоролика и продающие элементы.

Чему научимся:

Создавать сценарий рекламного и информационного видеоролика.
Поймете какие видео использовать для продвижения.

Виды видеороликов



-Информационные видеоролики
(развлекательные, полезные)

-Рекламные видеоролики
(рациональные, эмоциональные/креативные)

-Специфические (для социальных сетей)

Примеры видеоконтента. Когда что?

- Видеопрезентация
- Рекламный видеоролик
- Видео инструкция/урок
- Видеообзор/Распаковка
- Видеокейс/отзыв
- Видеовакансия
- Бекстейдж
- Репортаж/Live
- Прямые трансляции
- Интервью
- Инфографика (схемы, персонажная)
- Мультимпликация
- Видеоприколы (TikTok)

Продающие элементы в информационном полезном видео

- У видео должна быть цель
- Не затягивайте вступление. Думайте о "мясе".
- Призыв сразу после вступления видеоролика.
- Интрига (расскажу, подарю)
- Рекламная вставка в середине видео (специальная, нативная "...кстати")
- Ссылаемся на другие видео (газофикация)

- Не затягивайте концовку. Сразу призыв.
- Понятно без звука или изображения. Они усиливают друг друга. Аудио + видео + титры + обобщение в конце.
- Всплывашки с указателями и призывами (вниз на описание, вверх на подсказку, в конце на конечную заставку)
- Говорим ключевые слова

Разберем [7 смертных грехов](#) при продвижении в YouTube

Что важно до создания видео

КОНЦЕПЦИЯ → СЕМАНТИКА → ТЕМА → ЗАГОЛОВОК

КЛЮЧИ → СТРУКТУРА → ТЕКСТ → СЦЕНАРИЙ

Базовая структура продающего видео

Что?

Для кого?

Зачем этот продукт?

Почему у вас?

Почему сейчас?

Разберем [трейлер канала](#)

Структура видео для продажи онлайн-курса:

- Кто ты (коротко с 1 преимуществом)
- Что научишь делать с призывом
- Как это выглядит
- Для чего это зрителю
- Почему ты имеешь право этому учить
- Почему есть смысл учиться именно сейчас
- Призыв

Визуализация, которая доказывает правдивость слов и вызывает доверие

Пример структуры

- Кто вы
- Что хотите
- Какие есть проблемы
- К чему это приводит
- Как это не допустить
- Как в этом помогает продукт
- Примеры как это работает (результаты, кейсы)
- Вот, что бывает когда делаешь так
- Зачем мы это предлагаем/делаем курс
- Чем мы отличаемся от других
- Кому он полезен
- Кому он точно не нужен
- Что входит в продукт/обучение

- Кто вы (коротко с 1 преимуществом)
- Что научите делать (с призывом)
- Как это выглядит (продукт, курс)
- Что он даст зрителю
- Почему вы имеете право этому учить
- Почему есть смысл учиться именно сейчас
- Призыв
- Визуализация, которая доказывает правдивость слов и вызывает доверие

Примеры

<http://kurs.skillsup.ru/slovo>

<http://kurs.skillsup.ru/go>

Форматы видеопрезентации

Диктор + визуализация

Спикер в кадре

Инфографика

Креативный сценарий


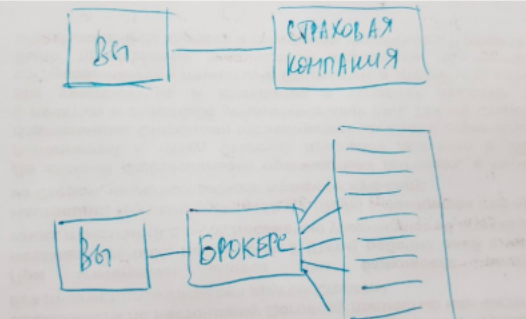
Трейлер ютуб канала:

https://www.youtube.com/watch?v=DsscCcqi_F4 – канал об обустройстве гаражей

<https://www.youtube.com/watch?v=K6DDnpVeBQM> – канал о страховании

<https://www.youtube.com/watch?v=Vb8twiQgcBk> – канал об автодомах и путешествиях

Рациональный видеоролик

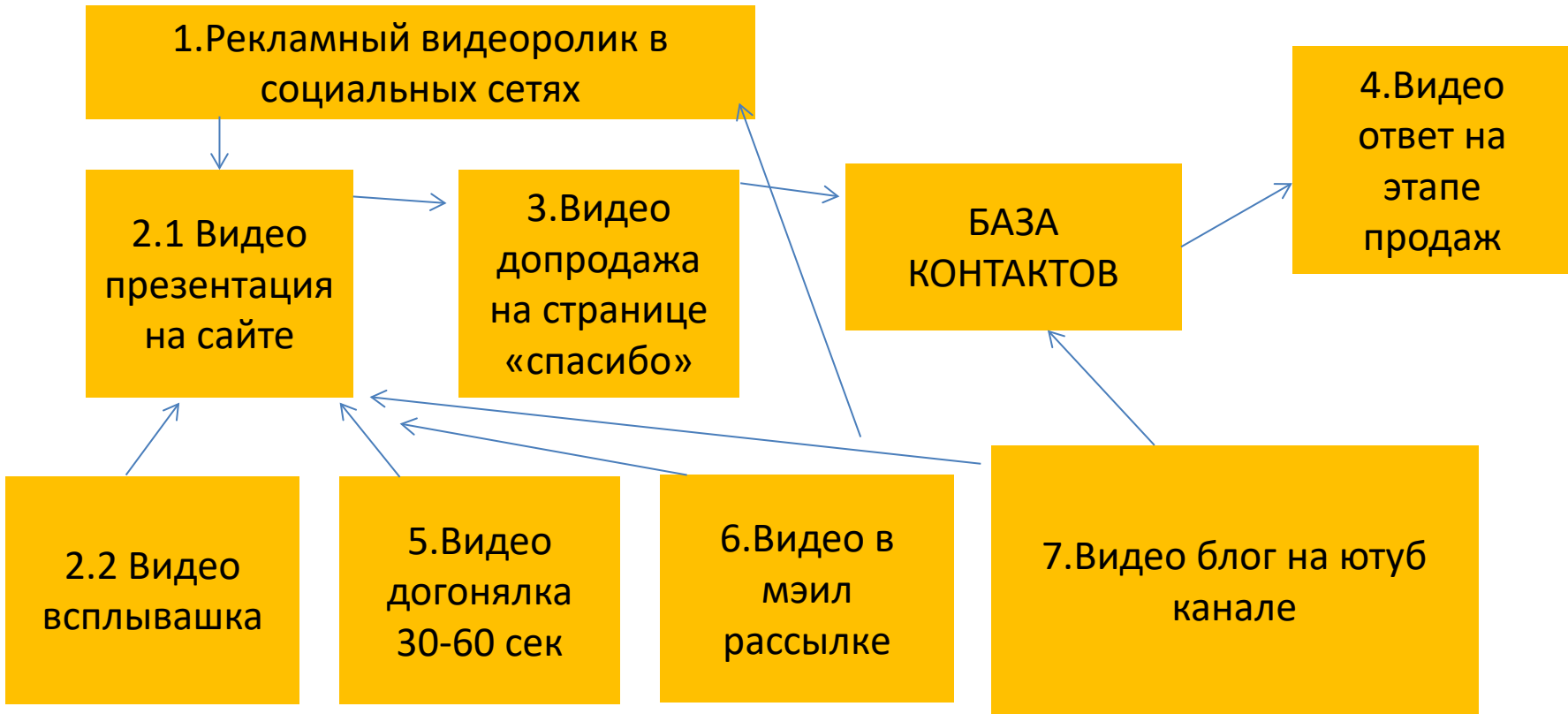
Закадровый текст/Текст ведущего	Визуализация	Титры
<p>Почему выгодно оформить полис "ОСАГО" через "Брокерс"?</p>	<p>Показываем визуализацию полиса "ОСАГО"</p> <p>В целом по видеоролику: Ведущий в кадре. Инфографика на весь экран или рядом с ним.</p>	<p>"Выгодный полис "ОСАГО"</p>  <p>Лого в левом верхнем углу</p> <p>б+ в левом нижнем углу</p>
<p>Если вы обращаетесь в страховую компанию напрямую, у вас не будет выбора по условиям, и партнера, который защитит ваши интересы.</p>	<p>2 блока прямоугольника "Вы" - "Страховая компания". Между ними обозначена связь.</p>	
<p>При обращении в профессиональный страховой поисковик "Брокерс", вы гарантированно получаете самую низкую цену из</p>	<p>Два блока разъезжаются, и между ними появляется третий блок "Брокерс". Блок "Страховая компания" разъезжается на много разных блоков, которые</p>	<p>"Выберем из 27+ страховых компаний"</p>
<p>актуальных предложений от более чем 27 страховых компаний.</p>	<p>визуализируют большой выбор страховых компаний.</p> 	

Эмоциональный видеоролик

Закадровый текст/Текст ведущего	Визуализация	Титры
<p>Мечтаете не тратить время на поездки в офис для оформления автостраховки и платить до 2 раз меньше? Жмите на кнопку, 1 минута и вы сможете также.</p>	<p>Девушка в купальнике разлеглась на капоте и переднем стекле хорошего автомобиля в солнечную погоду; на втором плане <u>оживлённый</u> город</p>	<p>Логотип в левом верхнем углу. 6+ справа от логотипа. “Оформите ОСАГО без выезда в офис за 15 минут” Анимированная стрелка Обратный отсчет</p>

Эмоции для рекламного видеоролика:
юмор, страх, интрига, секс, шок, выгода,
комфортное использование, образ детей,
животные, известные личности

Этапы касания с клиентом через видео





NAVIDUU

Базовая структура видеоворонки

Рекламные видеоролики **15-60 сек**
Цель: переход целевой аудина сайт

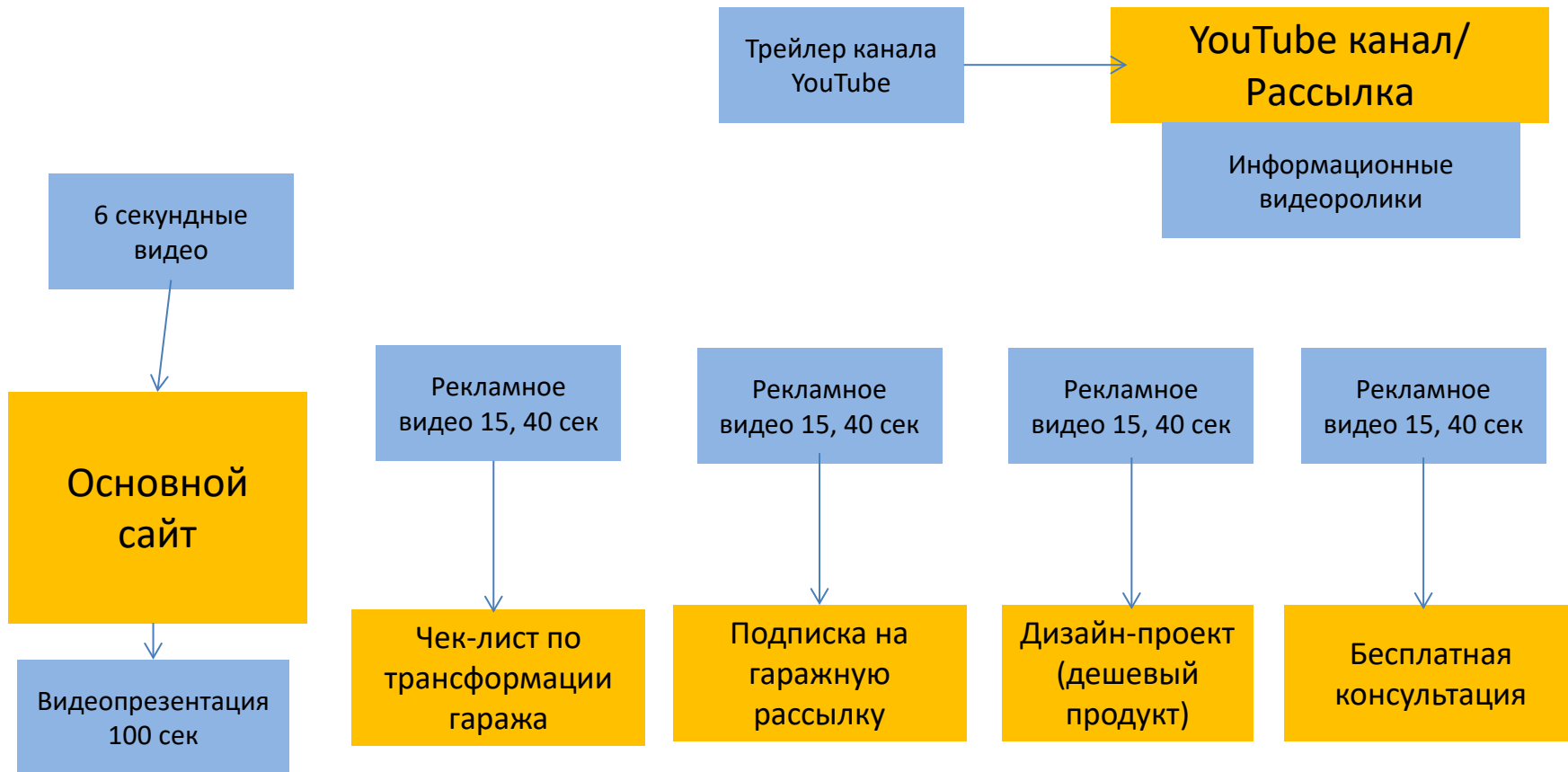
Видеоролик "догонялка" **15-60 сек**
Цель: вернуть тех, кто не купил

Видеоролик "допродажа" **2-5 минут**
Цель: предложить доп.продукт

Видеопрезентация на сайте **100-200 сек**
Цель: конверсия на сайте

Видеоролики для рассылки **3-10 мин**
Цель: "согревание" до покупки

Видеоупаковка «ГаражТек»



Откуда брать идеи

Отвечаем на вопросы клиента:

Что я покупаю?

Что мне это даст?

Почему я должен им написать или купить?

Мне это сейчас нужно?

Сколько это стоит?

А не обманул ли?

Что важно для клиента

(последовательность смыслов и доказательства):

- Вы реально существуете (офис, производство, склад, продукт, сотрудники, сертификаты, награды)
- Вы можете решить проблему (видеокейсы, видеоотзывы, полезные экспертные видеоролики)
- Сколько вы стоите (соотношение цена-качество, обоснование цены, продуктовые видеоролики)
- С вами приятно общаться (искренность, честность, экспертность, харизма)

Примеры видеоконтента

- о компании
- о себе
- об истории
- о каждом продукте
- процесс производства
- путь клиента
- о новостях рынка-ниши
- подборка ТОП
- краш-тесты
- экскурсия по производству
- жизнь в офисе
- видеоотзывы
- видеокейсы
- обзоры продуктов и услуг
- интервью с экспертом
- соревнования
- конкуренты

Специальные форматы

- **Вертикальный, квадрат**

<https://youtu.be/VDmiB6unu1M>

- **Синемаграфия: движение на фотографии**

<https://youtu.be/Yp1SwhS4xMM>

- **Бумеранг**

<http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/217779-looper>

- **Обманки**

<https://youtu.be/gUxugozYYn8?t=177>

<https://www.instagram.com/p/B6kcgizH4ie/?igshid=1q3qvs36s10sk>

<https://www.instagram.com/p/B7HCn0FjXhE/?igshid=wymokomvepsh>

- **Конструктор**

<https://yadi.sk/i/P3q1MWnl46a3Uw>

Домашнее задание

- 1) Написать сценарий 60 секундного трейлера канала или рекламного видеоролика**
- 2) Заказать картинку/шапку канала**
- 3) Текст в описание канала**

Контакты

+7(985)199-39-25
msalaev@naviduu.ru
Михаил

Видеомаркетинг: <https://naviduu.ru/>
YouTube продвижение: <https://naviduu.com/>