

Как снять короткое видео, которое будет в тренде

С чего начать

Не спешите хвататься за телефон и снимать все, что происходит в вашей команде. Ролики должны будут цеплять аудиторию, поэтому сначала советуем выполнить 5 основных шагов:

- Сформулируйте цель.** Подумайте, чего хотите добиться короткими видео: повысить узнаваемость бизнеса, поделиться экспертизой или привлечь подписчиков. С конкретной целью будет проще выбирать темы для контента.
- Проанализируйте аудиторию.** Ответьте на вопросы: Кто ваш зритель? Что ему интересно? Что у него болит? Чем точнее вы поймете потребности и желания своей аудитории, тем сильнее заинтересуете ее.
- Определитесь с форматом.** Обсудите с командой, каким будет контент: продающим, вовлекающим, развлекательным или информационным. С устоявшимся форматом не придется каждый раз придумывать идеи с нуля.
- Купите базовое оборудование:**
 - Телефон или камеру с разрешением не ниже 1080 — для красивого кадра.
 - Прочный штатив, чтобы крепить съемочное оборудование.
 - Петличку для качественного звука.
 - Видеосвет — чтобы снимать вечером или в пасмурную погоду.
- Создайте контент-план.** В таблице или планере пропишите темы, формат и частоту публикаций. Это поможет выпускать видео регулярно и готовиться к съемкам заранее. Регулярный контент = постоянный прирост аудитории.

Ключевые элементы видео

Проверьте, чтобы у ролика было все, что мы перечислили ниже. Это поможет привлечь больше внимания.

- Четкая картинка.** Размытый или темный кадр отпугивает, а качественный визуал удерживает внимание до конца. К тому же эстетичная картинка будет выделяться на фоне сотен других видео.



Источник: [freepik](#)

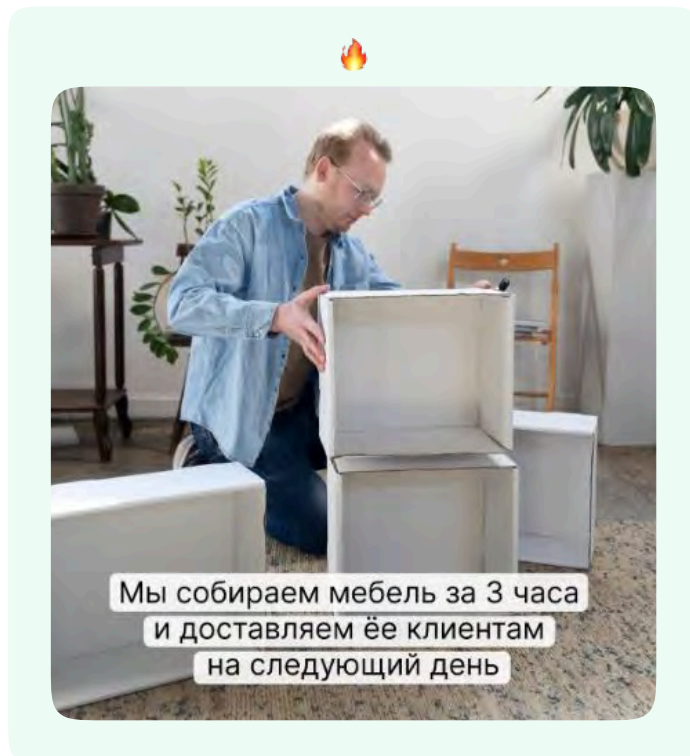
- Цепляющее начало.** Первые секунды решают все — если зрителя не зацепить, он пролистнет видео. Попробуйте придумать интригующий заголовок.

Например: «Клиент не заплатил за работу. Оказалось...», «Если вы не делаете этого, ваш бизнес рухнет»

- Динамичный монтаж.** Частая смена кадров и планов удерживает интерес и сильнее вовлекает в просмотр.

Попробуйте менять кадр каждые 2–3 секунды, а еще использовать визуальные эффекты: замедление, ускорение, сдвиг камеры или приближение. Кстати, музыка с быстрым ритмом поможет подчеркнуть динамичность

- Субтитры.** Пользователям нужен текст, если они смотрят видео без звука на работе или в общественных местах. Главное, использовать достаточно крупный шрифт и добавлять к тексту подложку, чтобы субтитры хорошо читались.



Источник: [freepik](https://www.freepik.com)

- Призыв к действию в конце.** Это банальный, но рабочий прием, который подталкивает зрителя сделать что-то после просмотра.

Например: «Подпишитесь, чтобы узнавать больше о фишках в бизнесе», «Поставьте лайк, если бы вы тоже...», «Расскажите в комментариях, что вы об этом думаете»

Идеи форматов

Универсальные и популярные форматы, которые вы можете использовать в своих роликах. Они работают для бизнеса из любой сферы.

Образовательный контент. Поделитесь со зрителями знаниями и навыками в своей области — это поможет привлечь новую аудиторию и показать свою экспертность.

Мемы. Смешные видео всегда привлекают внимание и вызывают сильный отклик. Так что смело шутите про типичные и жизненные ситуации в вашей сфере.

Личные кейсы. Расскажите, как вы решали запросы заказчиков и к какому результату это привело. Такой формат привлечет новых клиентов.

Бэкстейдж. Пустите зрителя в рабочий процесс — покажите, что за бизнесом стоят настоящие люди с их эмоциями, трудностями и успехами. Живые, неидеальные истории нравятся аудитории.

Популярные ошибки. Разберите распространенные ошибки, которые делают эксперты, предприниматели или авторы в вашей нише, и объясните, как их избежать.