



ПРЕДИ ДА ЗАПОЧНЕМ...

Кой съм аз? (В едно изречение)

С какво помагам? (В едно изречение)

На кого помагам?

С какви проблеми се сблъскват потенциалните ми клиенти?

Как ги решавам?



ПРЕДИ ДА ЗАПОЧНЕМ...

Коя е целевата група, която искам да достигна?

Какво искам целевата ми група да НАПРАВИ, след като гледа видеата ми?

Къде е най-доброто място, на което мога да достигна целевата си група?

Каква е голямата ми цел с видео маркетинга?



10 ключови отправни точки за писане на СЦЕНАРИЙ ЗА ОНЛАЙН ВИДЕО

Сценарият за онлайн видеото е много различен, ако го сравним със сценарий за телевизия или сценарий за презентация, публично говорене, филм и т.н.

Онлайн видеото е лично и трябва да бъде по-ангажиращо, отколкото останалите видеа. С него инициираме разговор "очи в очи". Поведението ни трябва да е възможно най-естествено и диалогично.

Сценариите за онлайн видео обикновено трябва да са кратки. Бъдете директно в целта, говорете конкретно по обявената тема.

Стъпвайки на тази основа, ето 10 отправни точки за писане на работещ сценарий за онлайн видео:

➤ **Най-важното правило: Няма правила.**

Онлайн видеото е много лично. Затова, не следвайте стари заучени правила за правене на видеа от който и да е от другите ви познати жанрове. Направете си сценария точно така, както го виждате и се постарайте да избягате от всякакви заучени правила.

➤ **Знайте и следвайте целта си!**

Целта, която искате да постигнете с видеа, зависи единствено и само от ВАС. Определете я, следвайте я, тествайте я. Вие сте хората, които ще определите какви критерии за успех да си определите.

➤ **Пуснете "кукичката" от началото.**

Имате няколко секунди, за да задържите вниманието. Грабнете го още от началото! Скочете направо в темата, провокирайте, задавайте въпроси.

➤ **Използвайте "ти/вие" още в първите секунди и нека видеото да бъде лично.**

Зрителите ви имат нужда да знаят какво ще открият за себе си. Ето защо, използвайте "вие или ти" още от самото начало, за да разрушите бариерите и да им помогнете да се идентифицират с темата и с вас. Кажете им какво ще направите за тях. Това ще им помогне да разберат защо точно вашето видео заслужава тяхното внимание.

➤ **Не пропускайте историята!**

Каквото и тип видео да правите, винаги е нужна история. Дори видеото да е много кратко, трябва да вмъкнете история. Това може да се случи дори в 1-2 изречения. Тук може да използвате сигурната работеща формула "проблем-решение".

➤ **Говорете на езика на целевата си група.**

Използвайте думи и фрази, които аудиторията ви ще разбере и ще се припознае. Избягвайте жаргона. Никога никога не подценявайте аудиторията си и не говорете пренебрежително.

➤ **Придържайте се към стила си (независимо дали сте личен или фирмен бранд).**

Нека сценарият да отразява вашата личност (или фирмения ви стил). Не се притеснявайте да бъдете емоционални, странни и забавни. Именно това ви прави уникални! Нека видеото ви да бъде истинско!

➤ **Говорете така, все едно говорите на приятел.**

Подбуждайте диалози, създавайте атмосфера за разговор. Не се нуждаете от глас тип "радио" (престорен) или от някаква фалшива маска. Нека тонът ви да бъде точно като в реалния живот - естествен.

➤ **Практикувайте. Така ще ставате по-добри.**

Със сигурност репетирайте, но не стигайте до крайности, в които да заснемете 99 пъти едно и също видео, само и само да стане перфектно. Практикувайте и се подготвяйте, но не отивайте твърде далеч, защото така може никога да не започнете.

➤ **Винаги включвайте силен призив за действие.**

Ако пренебрегнете призива за действие, значи сте "изгубили" цялото видео. Вашите потребители трябва да знаят какво да направят, след като са изгледали видеото. Не го заобикаляйте, кажете им директно.



ИДЕИ ЗА ОНЛАЙН ВИДЕА

- Експертни видеа - серии
- Лична история - твоето "защо" (Видео тип "За мен")
- Лично послание за home page (Видео тип "Добре дошли")
- Видеа, предназначени за ландинг страници/форми за абонамент
- Видео интервюта или дискусии
- Обявяване на нов продукт, серии
- НА ЖИВО: Facebook & Youtube & Instagram
- Инструкции
- "Как да" - за услуги и за продукти
- Видео към статия в блога ви
- "Топ 10".... (интересно от бранша)
- Отзиви
- Ревюта на книги
- На живо: Въпроси и отговори ("Попитай експерта")
- Уебинари или обучителни видеа
- Видеа, с които каните на ваши събития или уебинари
- Благодарствени видеа (благодарите за покупка, поръчка, абонамент и т.н.)
- Мини курсове
- Видео e-mail
- Видеа от различни събития (ако сте говорител/лектор)
- Портфолио
- Отзиви от клиенти
- Вдъхновяващи видеа (мисли, снимки)
- Видео поздравии по различни поводи

ПРАКТИЧНО

- **Кои са 5-те типа видеа, които са най-близки до вас?
Оградете ги в списъка.**



- **Представете си, че вече сте подготвени с всичко нужно, за да заснемете първите си видеа. Какви заглавия ще поставите?**

Напишете ги:





ПРИВЕТСТВАЩО ВИДЕО (за блога/уебсайта/канала в Youtube)

Начало: кратко, брендирано интро (лого, думи, послания)

Представете се на аудиторията си - така все едно приветстване някого в дома си.

НАКРАТКО: Кажете им кой сте, какви нужди посрещате; резултатите, които хората имат, когато работят с вас...

Фокусирайте се върху ПОЛЗИТЕ, които хората, които ви гледат, ще получат.

Обяснете им какво да очакват от сайта ви; какво ще открият.

Завършете с ясен призив за действие. Може да е предложение с оферта, може да ги подтигнете да дадат имейлите си, за да получат безплатна е-книжка от вас. Зависи какви са маркетинговите ви цели.

ПРИМЕРЕН СЦЕНАРИЙ

Здравейте! Аз съм _____ и в следващите _____ минути ще ви (споделя, кажа, разкрия, обясня, покажа) как да _____ (тук споменавате ползите, които ще получат). Идея: Тук можете да включите анимации или графики.

Като _____ (споменете експертизата си) съм помагал/а на _____ (назовете таргет аудиторията си) да постигнат/да имат/ да бъдат _____ (тук назоваваме ползите и резултатите, които вашите таргет клиенти ще получат).

Ето защо, мога да помогна и на вас да

(Назоваваме повече детайли и конкретни ползи относно това, което ще направите за хората: Какви са конкретните ползи, които ще получат те, ако работят с вас?).

Ще ви помогна да _____, за да постигнете _____ (крайното желание на таргет групата ви).

(Тук им позволете да "вкусят" ползите от това, което ще получат, като им дадете стойност, съвети, насоки).

Ето как можете да _____ (или: Това са 3 стъпки към.....).

Ако желаете да научите/откриете повече за _____ (Тук е моментът да прибавите ОЩЕ ПОЛЗИ), попълнете формата по-долу, за да ви изпратя _____ (Насочвате към специална оферта/безплатен материал и т.н.)

ВАЖНО за призива към действие: Бъдете много конкретни с призива за действие! Кажете на потребителите какво ТОЧНО очакват от тях да направят - дали да се абонират за определена серия от полезни материали; дали да ви пишат по имейла; дали да ви се обадят.

Благодаря ви, че бяхте с мен, ще се видим скоро!



Видео ЗА МЕН (представяне):

ЦЕЛ: Да споделиш себе си; да бъдеш близко до потенциалните си клиенти/потребители. Тук е мястото да разкажете или да покажете Вашите опит, специални умения и таланти. Това видео може да се появява на страницата "За мен". Може да го използвате и за останалите социални платформи, където градите онлайн присъствие: Youtube, Facebook, Instagram, LinkedIn.

КАКВО ДА СЪДЪРЖА?

- Ако имате анимирано лого/шапка, включете ги.
- Представете се и благодарете на посетителите на сайта вВи/канала Ви/профила Ви, че Ви следят.
- Споделете съвсем накратко и основно част от опита, който имате - тази част от опита си, който ще е от полза на хората, към които се целите.
- ПОМНЕТЕ: Фокусирайте се не върху себе си, а върху вашата аудитория. Потребителите Ви постоянно мислят: "Как това, което слушам и виждам, ще ми помогне?". Дори и това да е видео "за мен", винаги винаги мислим за аудиторията си. В крайна сметка, правим го ЗА ТЯХ.
- Говорете накратко за целевите си групи и как можете да им помогнете. Концентрирайте се върху решенията, които им предлагате и ползите, които ще получат от вас.
- Завършете с много ясен призив за действие. Идеята е да продължите "разговора". Може да поискате имейлите им под някаква форма, като им обещавате да получават полезна информация от вас.

ХИТРО:

- **Измислете WOW-фрази, които да използвате редовно във видеата си.**

Подсказка: Аз имам няколко такива фрази: "Видео

- маркетингът показва човешкото лице на бизнеса Ви", "Видео маркетингът не е бъдеще, той е настояще" и т.н.



Кои са Вашите силни фрази? Напишете ги тук:





ПРОДАЖБЕНО ВИДЕО

ВАЖНО: Има десетки начини, чрез които да разкажете историята около продукта или услугата си. Един от най-популярните и работещи начини е формулата "проблем-решение".

Точно тази формула може много добре да се приложи във видео съдържание, защото имате възможност да покажете на целевите си групи, че Вие сте решението, което те търсят. Това е пример:

ПРИМЕРЕН СЦЕНАРИЙ

Вие се нуждаете от _____ (назовете нуждите/желанията на потенциалните си клиенти), но, за да получите _____ (назовете точното търсене) може да бъде истинска борба, която се изразява в _____ (назовете ТОЧНО пречка 1, с която се сблъскват клиентите Ви.). А може да бъде предизвикателство, което _____ (назовете конкретно пречка 2) може да направи мисията неуспешна. Понякога изглежда, че все едно почти сте се провалили.

Но знаем, че провалът не е опция. Поне не за Вас.

Запознайте се с нас - _____ (името на компанията Ви; опишете бизнеса си и решенията, които предлага.)

Независимо дали сте _____ (назовете точно приоритетната си таргет аудитория) или _____ (назовете втората си по важност таргет група), ние сме тук, за да помогнем. Ние ще _____ (назовете точното решение, което предлагате), за да можете вие да _____ (тук споменете онова нещо, което аудиторията Ви търси като решение).

Всеки заслужава _____ (назовете), но без страха от _____ (назовете точните пречки или страхове на Вашите клиенти).

Накрая: призив за действие: обадете се, последвайте..., харесайте! Направете първата крачка към... (тук отново назовете точното разрешение на проблема).

Важно е предварително да сте наясно с:

- Кои са целевите групи, на които говорите?
- Какви са техните проблеми?
- Какво решение ще им предложите?





ОБЯСНИТЕЛО ВИДЕО

ВАЖНО: Има десетки начини, чрез които да разкажете историята около продукта или услугата си. Един от най-популярните и работещи начини е формулата "проблем-решение".

Точно тази формула може много добре да се приложи във видео съдържание, защото имате възможност да покажете на целевите си групи, че Вие сте решението, което те търсят. Това е пример:

ПРИМЕРЕН СЦЕНАРИЙ

Знаете ли, че _____ (споменавате интересни факти от вашата индустрия)? В миналото, (Вашата таргет аудитория), бяхте/ сте били органичени от... (предизвикателства или ограничения, с които са се сблъскали вашите клиенти), но сега (таргетът) трябва да (новите предизвикателства или новите отговорности на таргета), само и само, за да блесне пред конкуренцията си.

Това не е лесно, но (Вашата компания/личен бранд) можем/мога да направим/направя нещата много по-лесни за Вас. Имаме потенциала да ви помогнем в _____ (изброявате точно услугите си или ползите, които ще получат, ако работят с вас), така че да успеете да _____ (ползите за потребителите).

Разбираме, че промените във Вашия бранш се случват много бързо, именно затова сме се посветили да _____ (С какво ще помогнете?).

Грижим се за _____ (проблемът, който потенциалните Ви клиенти имат), и ето защо не трябва повече да се тревожите за _____ (отново проблем, с който се сблъскват).

Вашият бранш (посочете го точно) може да се развива бързо, но нашата компания (кажете името) може да ви помогне да сте лидери в областта си, за да успеете да _____ (посочете точната цел на клиентите си).

Призив за действие: обадете ни се, поговорете с нас, поискайте среща и т.н.

Важно е предварително да сте наясно с:

- Кое ЕДНО нещо ще разясните?
- Какви са техните проблеми?
- Какво решение ще им предложите?

