

Артур Мукминов

**СНИМАЙ. ПРОДВИГАЙ.
ВОВЛЕКАЙ. Видеомаркетинг
— легальный допинг
для вашего бренда**



ЛитРес: Самиздат
Москва

УДК 030
ББК 92
М90

Мукминов А.

СНИМАЙ. ПРОДВИГАЙ. ВОВЛЕКАЙ. Видеомаркетинг —
легальный допинг для вашего бренда / Мукминов А. —
Москва: ЛитРес: Самиздат, 2020. — 245 с.

ISBN 978-5-532-03171-5

Бизнес задействует видеоконтент на 20% от возможного. В лучшем случае внедряется он на стадии развития. При помощи книги использовать видеомаркетинг предприниматели начнут на 100%. Читатель узнает о проблемах донесения информации, о клиповом мышлении, о сроках жизни контента и когда пора его обновлять, о разновидности видеоконтента. Как найти видеопроизводителя и не переплачивать за сомнительные выгоды. Книга подойдет: бизнесменам, желающим развивать личный бренд, работникам отделов маркетинга и рекламы, контент- и бренд-менеджерам, smm-специалистам, видеомейкерам, сторисмейкерам, видеостудиям.

ISBN 978-5-532-03171-5

© Мукминов А., текст, 2020
© Omiko Trading LTD., оформление, 2020

Содержание

Предисловие	19
Глава 1. Портрет визуального потребителя	21
Визуальный потребитель	21
Что нужно знать про своего зрителя	23
Как составить портрет целевой аудитории	23
Что поможет составить портрет целевой аудитории	24
Что еще нужно учесть	25
Визуальный контент	26
В чем ваша выгода	26
Запоминание	26
Привлечение трафика	26
Повышение доверия к бренду	27
Вовлечение	27
При чем тут нейромаркетинг	27
Что нужно для качественного видео	29
Глава 2. Что такое видеомаркетинг	31
Что такое видеомаркетинг	31
Принципы видеомаркетинга	31
Соответствие бренду	31
Баланс между рекламой и сюжетом	31
Грамотный выбор инструментов	32
Захват внимания с первых секунд	32
Интеграция с другими инструментами	32
Современный видеомаркетинг	33
Тенденции современного рынка	34
Проблема современного медиапространства	35
Что влияет на срок жизни видеоконтента	35

Ситуационность	36
Качество	36
Динамичность	36
Глава 3. Кем производится видео	38
Кем производится видео	38
Собственными силами	38
Фрилансер	39
Штатный видеооператор	39
Рекламное агентство	40
Узкоспециализированный продакшн	40
Видеостудия	40
Продакшн-студия полного цикла	41
Как выбрать исполнителя	43
Портфолио	43
Стоимость	43
Наличие собственного парка техники	43
Местоположение	44
Общее впечатление	44
Глава 4. Зачем бизнесу видео	46
Зачем бизнесу делать ставку на видеоконтент	46
Видео как социальное доказательство статуса бизнеса	48
Какие задачи решит видео	50
Повысить продажи	50
Сформировать положительный имидж компании	50
Повысить уровень доверия к бренду	50
Привлечь клиентов на сайт	50
Успешно выступить на конференции или выставке	51
Сформировать базу потенциальных клиентов	51
Привлечь инвестиции и найти партнеров	51

Обучить сотрудников	52
Найти релевантного кандидата и заккрыть вакансию	52
Привлечь внимание к проблеме и проинформировать	52
Внешний и внутренний видеомаркетинг	54
Глава 5. Классификация видеороликов	56
Общая классификация видеороликов	56
Постановочный ролик	57
Графический ролик (анимированное видео)	57
Комбинированный ролик	57
Краткая характеристика категорий видеороликов	58
Коммерческое видео	58
Образовательное видео	59
Развлекательное видео	59
Информационное видео	60
Глава 6. Коммерческое видео	61
Особенности коммерческого видео	61
Инструменты для создания видео	62
Аэросъемка	63
В каких случаях нужна аэросъемка	63
Большая территория	63
Сопровождение движущихся объектов	64
Подлет к объекту	64
Облет объекта	64
Эпические сцены и массовые мероприятия	64
В чем уникальность аэросъемки	64
Демонстрация масштабов	64
Съемка в труднодоступных местах	65

Хорошая визуализация	65
Удержание внимание	65
Скорость работы	65
В каких сферах незаменима аэросъемка	65
Недвижимость и земельные участки	66
Промышленность	66
Спорт	66
Туризм	66
Техника для аэросъемки	67
Глава 7. Коммерческое видео. Реклама	68
Рекламное видео	68
Явная реклама	70
Телевизионная реклама	72
Каким должен быть телевизионный ролик	72
Интернет-реклама	74
Самостоятельные рекламные ролики в интернете	74
Рекламные ролики как часть других видео	75
Преимущества интернет-рекламы	75
Детальный таргетинг	75
Большие возможности для вовлечения	76
Удобные инструменты для аналитики	76
Понятная оценка эффективности	76
Вирусное видео	77
Секреты создания вирусного видео	77
Идея	77
Эмоции	77
Реализация	78
Жизненный цикл вирусного видео	78
Создание видео	78
Самораспространение ролика	78

Глава 8. Коммерческое видео. Продажи	80
Скрытая реклама (нативная)	80
Разновидности скрытой рекламы	80
In-feed видео	81
Ролик на YouTube	81
По принципу сторителлинга	83
Принципы создания увлекательных историй	83
Главный герой	83
Продуманный сюжет	83
Драматургия	84
Продающее видео	85
Основные триггеры	85
Удержание внимания	85
Кликабельность	85
Призыв к действию	86
Варианты призывов к действию	86
Воспользоваться услугой или приобрести товар	86
Получить консультацию	86
Скачать	86
Оставить заявку или позвонить	86
Вступить в сообщество в соцсетях	87
Что должно быть в продающем видео	87
Глава 9. Коммерческое видео. Анимация	89
2D-анимация	89
Когда лучше использовать 2D-анимацию	89
Донести смысл без лишних отвлекающих факторов	89
Рассказать о сложных вещах простыми словами	90
Передать эмоции и вернуть в детство	90
Донести информацию до детей и подростков	90

Flat-анимация	91
3D-анимация	92
В каких случаях нужно использовать 3D-анимацию	92
Визуализация проектов	92
Демонстрация недоступных глазу явлений	92
Реализация необычных идей	93
Создание бренд-персонажа	93
Видеоинфографика	94
Зачем бизнесу нужна инфографика	94
Закрытия возражений	94
Повышения экспертности	94
Повышения уровня доверия и лояльности	95
Эксплейнер	96
Какие задачи решает объясняющее видео	96
Доходчиво доносит сложную информацию	96
Увеличивает конверсию сайта	97
Выделяет среди конкурентов	97
Одновременно презентует продукт на нескольких площадках	97
Делает работу менеджеров более эффективной	97
В каких случаях лучше создавать эксплейнер	97
Дудл-видео и скрайбинг-видео	99
В чем плюсы видеоскрайбинга	99
Вовлекает	99

Вызывает положительные эмоции	99
Удерживает внимание	99
Хорошо воспринимается	99
Для какого бизнеса подходит дудл- видео	100
Глава 10. Коммерческое видео. Упаковка	101
Имиджевый фильм	101
Какие задачи решает имиджевый фильм	101
Повышает узнаваемость бренда	101
Ненавязчиво продает	102
Повышает уровень лояльности клиентов	102
Повышает доверие к бренду	102
Поддерживает деловую репутацию	102
В каких ситуациях нужен имиджевый фильм	102
Презентационное видео	104
Где можно использовать презентационное видео	104
Выставки и конференции	104
Бизнес-встречи	104
Сайт и социальные сети	104
Корпоративные мероприятия	105
В чем преимущества презентационного ролика	105
Технологический фильм	106
Каким компаниям необходим технологический фильм	106
Сложные производственные процессы	106
Многопрофильный продукт	107
Планы на производство	107

Видео о компании	108
Что можно включить в видео о компании	108
Какие возможности дает видео о компании	109
Рекрутинговое видео	110
Когда стоит снимать рекрутинговое видео	110
Когда нужно быстро закрыть вакансию	110
Когда нужно найти релевантного кандидата	110
Когда нужно оперативно обучить нового сотрудника	110
Когда нужно ускорить адаптацию на рабочем месте	111
Когда нужно найти близких по духу компании сотрудников	111
Каким может быть рекрутинговое видео	111
Видеокейс	113
Глава 11. Коммерческое видео. Продукция	115
Продуктовый ролик	115
Предметная видеосъемка	115
Для чего нужна предметная видеосъемка	117
Создание виртуальной витрины и видеокаталога	117
Демонстрация преимуществ товара	118
Повышение доверия к бренду	118
Уменьшение вероятности отказа и возврата	118
Фуд-съемка	120
Где можно использовать фуд-видео	121
Рекламные мониторы	121
Телевидение	121