**СХЕМЫ ЗАПИСИ ВИДЕО**

Любое видео удобней записывать имея под рукой готовый сценарий, а сценарий должен быть написан по определенной схеме. Общую структуру схемы мы уже рассмотрели в предыдущем разделе. Здесь мы остановимся на нескольких, более детальных схемах продающего видео.

***Схема 1. Какие задачи поможет решить ваш продукт/услуга***

1. Заголовок видео. Обязательно должен привлекать к себе внимание. Например, это могут быть «фишки» вашего продукта/услуги, которые помогут пользователям решить какие-то свои задачи - «10 фишек Excel, которые закроют 80% ваших рутинных задач», «5 особенностей нашего продукта, которые сэкономят ваше время», «7 возможностей продукта, которые сэкономят ваши усилия». Естественно, что под словом «продукт» должно быть название этого продукта/услуги.

2. Ключевая фраза - «Досмотрите это видео до конца и вы узнаете!»

3. Приветствие и ваше представление.

4. Почему вы рекомендуете именно этот продукт/услугу? Здесь необходимо перечислить, какие именно задачи поможет решить клиентам ваш продукт/услуга. Например, «Если вы до сих пор думаете, что Excel это формулы, то это не так. Это программа с большим функционалом, который не требует обязательного знания формул. Поэтому, если вам необходимо автоматизировать задачи связанные с хранением и обработкой информации, то я рекомендую вам обратить ваше внимание на программу Excel и на нашу книгу «10 фишек Excel, которые закроют 80% ваших рутинных задач», с помощью, которой вы сможете узнать эти «фишки» и применить их на практике».

5. Что это даст? Если пользователь обратится именно к вам, то что он получит? Например, «Приобретая эту книгу, вы получаете ключ к автоматизации ваших задач и эффективному хранению информации о ваших клиентах, товарах и услугах».

6. Как это работает? Объясните пользователю каким образом ваш продукт/услуга работает, каким образом это помогает решить задачу. Например,

«Работая с книгой, вы можете просто ее читать или же смотреть наглядные видео примеры, так как книга интерактивна. Все приемы можно сразу применить на практике».

7. Призыв к действию. В заключении, необходимо призвать пользователя к активному действию, поясняя, что если он не сделает это действие сейчас, то в будущем возможно у него уже может не быть таких выгодных условий, которые вы ему предлагаете. Например, «Приобрести книгу вы можете прямо сейчас по ссылке в профиле» или «Только сегодня при покупке товара действует 25% скидка, поэтому прямо сейчас нажимайте на кнопку под постом и заполняйте форму заказа».

***Схема 2. Продай бизнес за 3 минуты***

1. Заголовок + подзаголовок. В заголовке должна быть отражена основная потребность пользователя. Задача, которую он бы хотел решить, а вы можете в этом помочь и предлагаете это решение. Например, «Научись дружить с Excel или приведи свою клиентскую базу в порядок и автоматизируй свои расчеты», или «Предмет вашего интерьера или подарок для своих родных и близких», или «Юридическая помощь или как позабыть о своих проблемах», или «Онлайн мастер-класс по ткачеству или как научиться ткать за 3 часа».

2. Приветствие и ваше представление.

3. У кого и какая проблема. Здесь необходимо перечислить 1-3 проблемы, с которыми сталкивается пользователь. Например, «Вы начали вести свой бизнес, но столкнулись с проблемой учёта своих клиентов товаров и продаж? Не умеете автоматизировать свои расчёты, чтобы оценить ваши вложения в бизнес и полученную прибыль? Не можете позволить себе приобрести дорогостоящую программу, чтобы делать эти расчёты?»

4. Ключевая фраза-призыв - «Досмотрите это видео до конца и вы узнаете, чем я могу вам помочь».

5. Решение. Сообщите, какое решение перечисленных проблем вы предлагаете. Например, «Если те проблемы, которые я перечислила, вам знакомы, то обратите ваше внимание на программу MS Excel, которая уже установлена на вашем компьютере, и на наши курсы "Обработка табличных данных средствами Excel"».

6. Преимущества покупки именно у вас. Перечислите 4-5 преимуществ, почему пользователь должен приобрести продукт/услугу именно у вас, а не у ваших конкурентов. В чем ваше преимущество, чем вы лучше конкурентов? Например, «1. Можно найти много предложений подобных курсов, но только у нас вы найдете курсы, которые ориентированы на разные уровни подготовки. 2. Если вы новичок, то начните с базового уровня. Хотите по сложней, тогда для вас подойдут уровни "пользователь" и "профессионал". 3. Все наши материала методические проработаны и даются в 3-х видах: текстовые инструкции - скачивай, читай и делай; видео с разбором примеров; практические задания на закрепление. 4. А как же обратная связь? Для этого у нас существует чат поддержки».

7. Цена для особенных клиентов, а кто приобретает прямо сейчас, получает... Предложите особые условия тем, кто готов сделать покупку прямо сейчас. Например, «Только сегодня и только для вас устанавливается скидка 25%!», или «Наши цены на курсы вас приятно удивят. А тем, кто приобретает все три курса (базовый, пользовательский и профессиональный), мы дарим скидку 15%».

8. Покажите ваш опыт и экспертность. Расскажите о том, сколько довольных клиентов уже приобрели ваш продукт/услугу, есть ли отзывы и где их можно посмотреть. Если вашему продукту/услуге нет аналогов, то об этом тоже можно сказать. Например, «На наших курсах обучалась уже более 300 человек. Некоторые отзывы вы можете прочитать на нашей витрине/сайте».

9. Мечта. Покажите идеальный вариант результата, что будет (что получит пользователь), если приобретет продукт/услугу прямо сейчас. Например, «Изучив наши курсы, уже через 1-2 месяца вы сможете сказать себе и окружающим - я продвинутый пользователь Excel! Я больше его не боюсь и другие программы мне не нужны! Я могу без проблем рассчитать показатели своей прибыли. Вся информация о моём бизнесе теперь надежно хранится и обрабатывается в таблицах».

10. Призыв к действию. Призовите пользователя сделать заказ прямо сейчас и расскажите, как именно это сделать. Например, «Записывайтесь на наши курсы прямо сейчас, через форму по ссылке в профиле или напишите нам в Директ».

11. В заключении можно пожелать вашим пользователям/клиентам удачи и хорошего дня.

***Схема 3. Внимание, Интерес, Желание, Действие (ВИЖД)***

1. Заголовок, который должен привлекать внимание. Включить в заголовок вопрос, слово: «невероятный», «бесплатный», «гарантированный». Например, «Вам ещё не надоело искать записи о клиентах в вашем бумажном блокноте?», или «Невероятное предложение, которое через три дня превратится в тыкву. Отсчёт пошёл!»

2. Какую проблему хочет решить ваш клиент, и что вы предлагаете. Можно начать с фразы - «Прямо сейчас вы хотите решить...». Например, «Может быть, пора уже всё автоматизировать? Принимайте заявки и ведите клиентскую базу с помощью облачных технологий!» или «Вы хотите прямо сейчас и немедленно удовлетворить свою потребность в прекрасном? Оставайтесь со мной, и я расскажу вам как это сделать». Во втором примере сохраняется интрига, которая будет раскрыта дальше, по ходу видео.

3. Демонстрация продукта/услуги/товара. Покажите ваш продукт/услугу/товар в действии, чтобы от результата его применения у вашего клиента появилось желание получить такой же результат. Например, «Облачные технологии дают широкие возможности: вся информация всегда у вас под рукой в вашем смартфоне; её легко искать; она систематизирована и собрана в одной таблице».

4. Призыв. Как заказать, связаться с вами. Укажите на ограниченное время действия вашего предложения. Предложение скидки или подарка за сделанный заказ. Например, «Конечно, вы можете освоить эти технологии самостоятельно, но на это уйдет много времени, а результата может и не быть. Как известно время - деньги! Поэтому, чтобы не тратить ваше время, прямо сейчас пишите мне в Директ и оставляйте заявку на курс "Технологии для онлайн бизнеса". Те, кто оставит заявку и оплатит хотя бы один модуль курса, получит от меня подарок - интерактивную книгу «Горячие клавиши компьютера»».

**Самое главное помните - продумываем и пишем сценарий и только после этого записываем видео. Не страдайте перфекционизмом и не пытайтесь записать видео за один дубль идеально. Все мы люди, а людям свойственно ошибаться. Если при записи видео вы ошиблись, забыли слова, волнуетесь, то сделайте небольшую паузу, успокойтесь, подсмотрите текст, а затем снова продолжайте запись. Видео потом можно будет обработать и вырезать из него все лишнее. Вообще можно записать видео частями, по одной фразе с паузами, а затем вырезать эти паузы.**

**Для вырезания лишних фрагментов и пауз прямо на смартфоне, рекомендуется использовать мобильное приложение InShot (для Android), но вы можете использовать и любое другое приложение. Интерфейс таких мобильных приложений минимален и интуитивно**

**понятен.**