הערות לצלם בשטח:

- **כל הסרטונים עומדים לעלות כREELS - ולכן חייב שיצולמו לאורך!!!**
- לשים לב שהמצלמה לא תופסת פרצופים של אנשים שאינם קשורים לסרטון - מבחינה משפטית.
- לוודא שאין רעשים של בניין, כלבים נובחים בצורה קיצונית, אנשים שצועקים, כביש מהיר עם רכבים שחולפים או מצפצפים כל רגע.
- לא חייב להצמד לטקסט בסרטון ממומן - אפשר לשנות, ולהתאים בהתאם לצרכי הלקוח, לרגישויות, לאתגרים בשטח. **רק חשוב שהסרטון יכיל מבנה לוגי שקטע מוביל לקטע עם היגיון**

מבנה הגיוני לסרטון ממומן -

[הוק חזק ומעניין > דיבור על הבעיה \ סיטואציה מסוימת שממחישה משהו שקשור לקהל או לשירות > הסבר הגיוני על הפתרון > הצגה עצמית (סמכות) > הנעה לפעולה]

הוק: מעניין מסקרן חדשני קצת, אנרגטי, או בטונציה המתאימה לסרטון
דיבור על הבעיה: להסביר הבעיה בצורה ברורה
פתרון: לעשות שכל (אני צריך לחדש לצופה, להפיל אסימון)
הנעה לפעולה: אם מציעים הטבה - אף פעם לא נגיד את הסכום
סמכות: צריכה להיות ספציפית. לחזק אלמנטים בעלי עניין וערך משמעותי שחשוב לנו שהלקוח ידע

בשטח מול הלקוח אם מתעוררת התנגדות - "לבחור את המלחמות שלנו", ולהבין מה חשוב ומה לא.

להלן פרמטרים שונים לזוויות צילום שונות + שילובים שונים של המראיין בסרטון:

1. סרטון ראיון - הלקוח מסתכל אל המראיין, בזמן שהמצלמה מקליטה מהצד.

קודם כל נבדוק שזווית הצילום תקינה, תופסת FRAME מעניין, שהרקע יפה ואין בו הפרעות.

יש לנו כמה סוגי שוטים בתוך סגנון "צילום ראיון" - חצי גוף של המראיין \ המראיין מדבר בחלק מסוים בסרטון שואל שאלה למשל \ הסרטון מתחיל ישר משאלה של המראיין

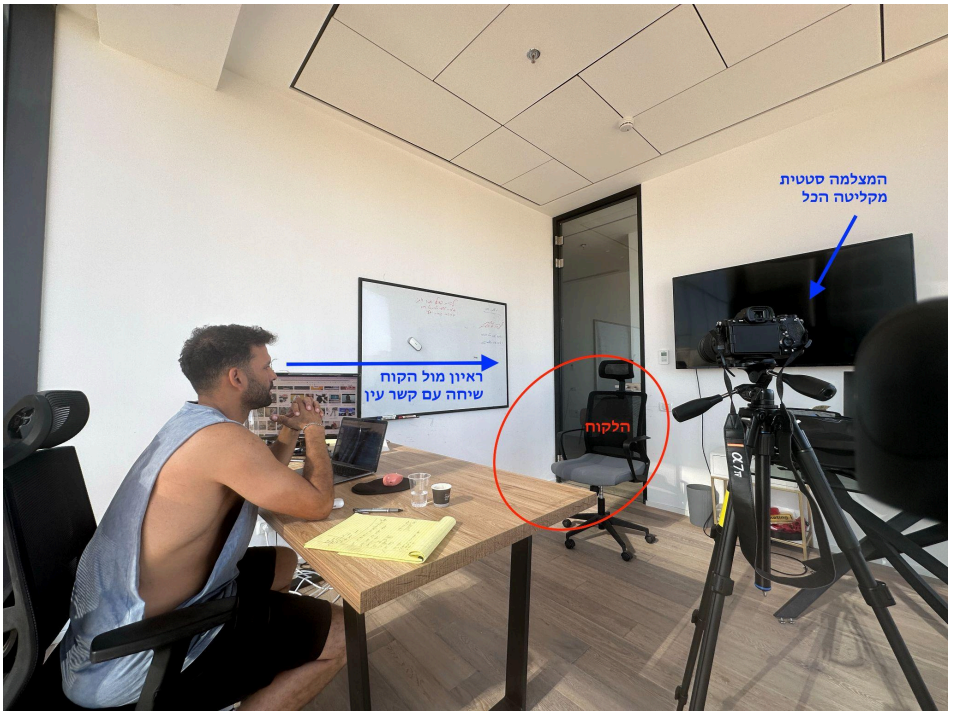
דוגמאות:

- מתחיל בשאלה #1
- מתחיל בשאלה #2
- חצי גוף מראיין + שואל שאלה ומדבר באמצע או בסוף הסרטון
- רואים רק את הלקוח - המראיין מתערב ומדבר מדי פעם באמצע הסרטון
- רואים רק את הלקוח - **המצלמה ממש מול הלקוח! לא מהצד!** - אבל הלקוח מדבר למראיין שיושב בצד

הנה עוד כמה סרטוני סושיאל -דוגמאות נוספות>>

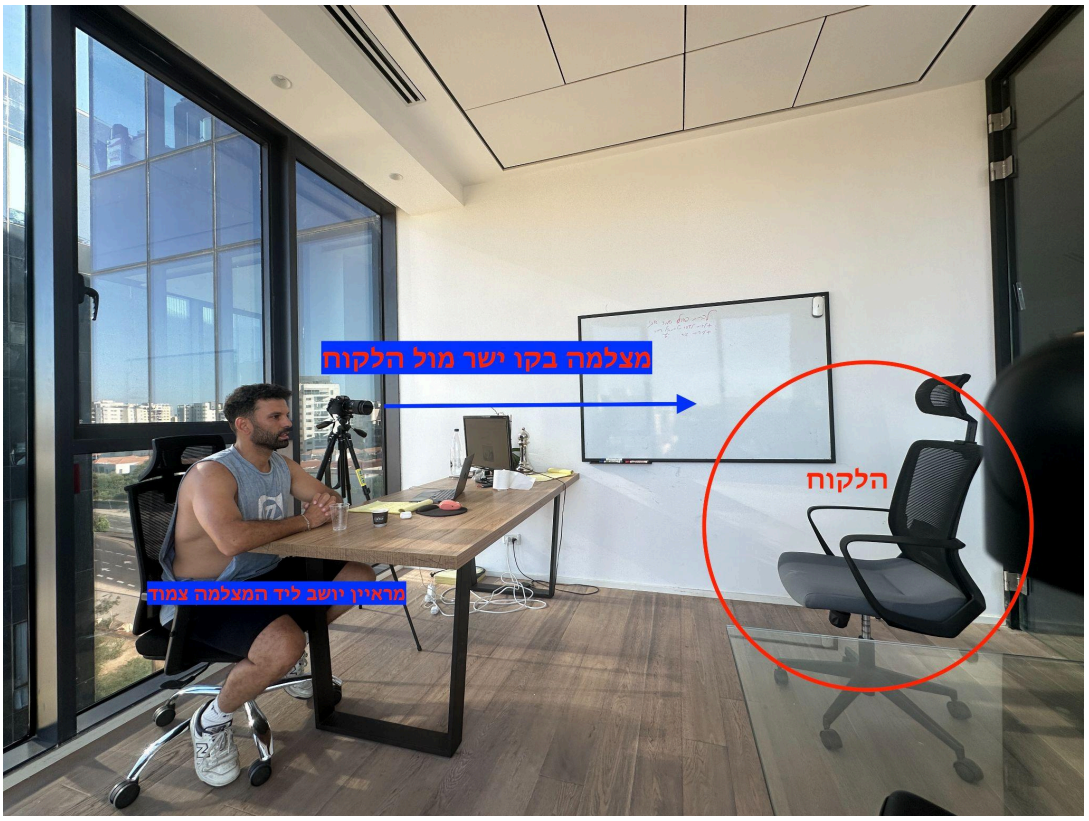
כל הזכויות שמורות ל- ADvengers Marketing LTD ©
העתקה, שכפול או העברה של מידע זה לגורם אחר אסורה בהחלט.

כאן לא רואים את המראיין. המצלמה מכוונת מהצד ללקוח:
ככה הסרטון נראה למשל כשהוא מוגמר



כל הזכויות שמורות ל- ADvengers Marketing LTD ©
העתקה, שכפול או העברה של מידע זה לגורם אחר אסורה בהחלט.

כאן לא רואים את המראיין. המצלמה מכוונת מול הלקוח, המראיין ממש לידה:
דוגמא בערך איך זה נראה בשטח



מלבד זווית צילום "בסגנון ראיון"

יש לנו כמה סוגי זוויות צילום נוספות \ ושילובים של שחקן נוסף בסרטון עצמו\ הוקים מעניינים:

1. "סגנון ראיון" ממש כמו הדוגמאות כאן למעלה - הנה סרטון ממומן בשיטת ראיון>> (שאפילו כולל את ההנעה לפעולה של ההטבה לסטודיון)
2. סגנון ישיר מול המצלמה - **ללא ראיון. רק הלקוח מדבר בלבד.**
3. הלקוח מסביר על בעיה מקצועית ופתרון - עם הלקוחה (הלקוחה לא אישרה להצטלם אז תפסנו חלק ממנה)
4. פתיחה בבעיה עצמה על ידי סיפור של האוואטר
5. פתיחה בהישג עם לקוח, ובזכות מה זה קרה ההצלחה הזו
6. פתיחה בשאלה של המראיין באנרגיה גבוהה מאוד שמייצרת עניין - סרטון באייפון(לא צריך מצלמה) **(להיות דינאמי על המצלמה, זה סרטון מהיר אנרגטי סטייל טיקטוק) הרבה אקשן!**
7. שילוב של הלקוח + חבר שלו \מתאמן שנמצא בשטח במקרה ואפשר להשתמש בו

כל הזכויות שמורות ל- ADvengers Marketing LTD ©
העתקה, שכפול או העברה של מידע זה לגורם אחר אסורה בהחלט.

לגבי חוקים של מבנה סרטון לפרסום ממומן:

1. **אם זה סרטון ראיון - ההנעה לפעולה תסתיים בראיון.**
אנחנו לא נפנה בצורה של "אם **את רוצה** לרדת במשקל אז **תשאירי** פרטים"
למה לא? - כי זה מוזר לפנות ככה לצופה, בזמן שהלקוחה מרואיינת ומסתכלת למראיין.
מה כן לעשות - "אז באמת פתחנו עכשיו הטבה חדשה ממש מטורפת שנותנת צ'אנס רגע לבוא לבדוק איך האימונים פה...לחוות את זה ואז מי שזה מתאים לה יכולה להכניס את זה לשגרה שלה באופן קבוע ולראות תוצאות משמעותיות".

אם זה שיחת יעוץ למשל אז נגיד את זה ככה למשל:
"ו...כל מי שמרגיש שהוא צריך עזרה ב...[הנושא] פשוט יכול לפנות אליי, והתפקיד שלי זה לעזור לו [לפתור את הבעיה הזו והזו...בשיחה הראשונית]. ומשם לקחת אותו הלאה קדימה לעבר המטרות שלו"

כל הזכויות שמורות ל- ADvengers Marketing LTD ©
העתקה, שכפול או העברה של מידע זה לגורם אחר אסורה בהחלט.