

BEZPŁATNY PORADNIK / DLA BIZNESU I USŁUG

5 najważniejszych rzeczy przed nagraniem długiego filmu na YouTube

Przygotuj film, który odpowiada na pytanie klienta, pokazuje Twój sposób pracy i pomaga zrobić następny krok.

5

OD POMYSŁU DO PLANU NAGRANIA

Pięć decyzji.
Jeden rozpisany przykład.
Karta pracy do Twojego filmu.

Sławomir Wróbel

Twórca TOP10Wszystkiego

ZANIM ZACZNIESZ

Pracuj na jednym filmie

Ten poradnik jest dla Ciebie, jeśli prowadzisz firmę, świadczysz usługi lub budujesz markę eksperta i chcesz wykorzystywać długie filmy na YouTube. Pracuj na jednym pytaniu potencjalnego klienta, na które potrafisz odpowiedzieć konkretnie.

Po przejściu pięciu kroków będziesz mieć plan przydatnego filmu: odbiorcę, obietnicę, otwarcie, przykład pokazujący Twój warsztat oraz dalszy krok. Długi materiał ma dawać miejsce na wyjaśnienie. Jego długość powinna wynikać z tematu.

JAK KORZYSTAĆ

Przeczytaj krok, zrób krótkie zadanie i zapisz odpowiedź. Na stronie 8 zobaczysz cały przykład, a na stronie 9 uzupełnisz własną kartę. Przykłady są demonstracyjne; nie opisują wyników autora ani jego klientów.

01. Wybierz pytanie właściwego klienta**02. Obiecuj konkretną pomoc****03. Zaczynij od sytuacji klienta****04. Pokaż sposób pracy na przykładzie****05. Przygotuj nagranie i dalszy krok**

O autorze: jestem Sławomir Wróbel, twórca TOP10Wszystkiego. Ten poradnik dotyczy przygotowania długich filmów na YouTube: od wyboru tematu po plan materiału do nagrania.

RZECZ 1 Z 5

Wybierz pytanie właściwego klienta

Ustal, komu pomagasz i przed jaką decyzją stoi ta osoba.

Zacznij od pytań, które słyszysz w rozmowach, wiadomościach lub podczas realizacji usługi. Wybierz jedno. Film może pomóc rozpoznać problem, porównać rozwiązania albo przygotować się do współpracy.

Oddziel korzyść widza od celu firmy. Widz chce podjąć lepszą decyzję. Ty możesz chcieć, aby poznał Twój sposób pracy i rozważył kontakt. Zaplanuj film tak, żeby był przydatny także osobie, która jeszcze niczego nie kupi.

PRZYKŁAD DO ZASTOSOWANIA

Firma: projektowanie kuchni.

Odbiorca: osoba przed remontem, która dostała dwie trudne do porównania wyceny.

Pytanie: „Dlaczego podobnie wyglądające kuchnie mogą mieć inny zakres i cenę?”

Cel firmy: pokazać sposób analizy projektu i ułatwić przygotowanie zapytania.

Twoje zadanie

Zapisz pytanie z prawdziwej rozmowy z klientem. Dopisz, co odbiorca ma zrozumieć i czemu to służy w Twojej działalności.

Gotowe, kiedy: Wiesz, jaki klient skorzysta z filmu, nawet jeśli obejrzy go bez kontaktowania się z Tobą.

RZECZ 2 Z 5

Obiecaj konkretną pomoc

Powiedz, co widz będzie umiał ocenić po obejrzeniu.

Przełóż pytanie klienta na jasny rezultat. „Opowiem o naszej firmie” jest założeniem autora. „Pokażę, jak porównać zakres dwóch wycen” jest korzyścią odbiorcy. Wybierz taki zakres, który da się rzeczywiście wyjaśnić w jednym materiale.

Napisz trzy robocze tytuły i zaplanuj miniaturę. Pokaż problem albo przedmiot porównania. Dopasuj język do klienta, który nie zna Twoich branżowych skrótów. Nie obiecuj jednej prawidłowej ceny ani oszczędności, jeśli zależą od indywidualnej sytuacji.

PRZYKŁAD DO ZASTOSOWANIA

Obietnica: po filmie porównasz zakres ofert i przygotujesz pytania do wykonawcy.

Roboczy tytuł: „Dwie wyceny kuchni. Co porównać przed wyborem?”.

Miniatura: dwie uproszczone karty ofert i zaznaczony różniący je element zakresu. Bez wymyślonych kwot i danych klientów.

Twoje zadanie

Dokończ: „Po obejrzeniu klient będzie potrafił...”. Zapisz trzy tytuły i jeden pomysł na miniaturę.

Gotowe, kiedy: Obietnica jest zrozumiała dla osoby spoza branży i możliwa do spełnienia w tym filmie.

RZECZ 3 Z 5

Zaczniij od sytuacji klienta

Pokaż, że rozumiesz pytanie, z którym odbiorca przyszedł.

Otwórz film konkretnym problemem lub przykładem. Powiedz, co wyjaśnisz, i przejdź do pierwszej użytecznej informacji. Krótkie przedstawienie kompetencji może pomóc, jeśli wyjaśnia, dlaczego właśnie Ty omawiasz ten temat.

Napisz pierwsze trzy zdania. Sprawdź, czy ich zrozumienie wymaga znajomości Twojej firmy. Jeśli tak, dodaj potrzebny kontekst. Opowieść o całej historii działalności zostaw na materiał, w którym rzeczywiście służy odbiorcy.

PRZYKŁAD DO ZASTOSOWANIA

„Masz dwie wyceny kuchni, ale nie wiesz, czy obejmują to samo? Pokażę, jak sprawdzić zakres, materiały i montaż na dwóch uproszczonych przykładach. Zaczniemy od rzeczy, która łatwo ginie w porównaniu: co dokładnie jest wliczone”.

Twoje zadanie

Zapisz początek i przygotuj pierwszy dokument, przedmiot albo obraz, który pokażesz. Nazwij przykład jako demonstracyjny, jeśli nie pochodzi z realizacji.

Gotowe, kiedy: Widz rozpoznaje swoją sytuację i od razu wie, w czym mu pomożesz.

RZECZ 4 Z 5

Pokaż sposób pracy na przykładzie

Niech odbiorca zobaczy, jak dochodzisz do wniosku.

Rozpisz trzy lub cztery części: problem, przykład, analiza i wniosek. Przy każdej zaplanuj materiał na ekranie. Może to być fragment projektu, pokaz działania, schemat lub porównanie rozwiązań.

Wyjaśnij kryteria, którymi się kierujesz, oraz granice wniosku. Pokaż, od czego zależy rekomendacja. Jeśli korzystasz z realizacji klienta, uzgodnij wykorzystanie materiałów i usuń zbędne dane. Przykład wymyślony do nauki oznacz jako demonstrację.

Dobry materiał pozwala ocenić Twoje kompetencje bez ciągłego zapewniania, że jesteś ekspertem. Nie przypisuj jednej zmianie efektu sprzedażowego, którego nie potrafisz wykazać.

PRZYKŁAD DO ZASTOSOWANIA

1. Pokazuję zakres dwóch demonstracyjnych ofert.
 2. Zaznaczam różnice: wyposażenie, materiały, montaż.
 3. Wyjaśniam, jak te różnice zmieniają porównanie.
 4. Układam pytania, które warto wysłać do obu wykonawców.
- Wniosek: sama suma na końcu oferty nie mówi, czy kupujesz ten sam zakres.

Twoje zadanie

Do każdej części dopisz: „Co pokażę?” i „Jaki wniosek wyciągnie klient?”.

Gotowe, kiedy: Masz konkretny materiał do pokazania i potrafisz wyjaśnić tok swojej analizy.

RZECZ 5 Z 5

Przygotuj nagranie i dalszy krok

Ułatw klientowi wykorzystanie tego, czego się dowiedział.

Przed nagraniem zbierz dokumenty, przykłady i zbliżenia. Sprawdź, czy tekst na ekranie będzie czytelny. Nagraj próbkę głosu w docelowym miejscu i odsłuchaj ją. Przygotuj baterie, pamięć, światło i kopię materiału po zdjęciach.

W finale najpierw podsumuj odpowiedź na pytanie. Potem zaproponuj jeden krok pasujący do etapu klienta: kolejny film, pobranie narzędzia albo zapytanie o usługę. Sprawdź docelową stronę i formularz przed publikacją.

Ustal, po czym ocenisz użyteczność filmu. Oprócz oglądania możesz obserwować wejścia na stronę i jakość zapytań. Liczba wyświetleń sama nie mówi, ilu odpowiednich klientów zgłosi się do firmy.

PRZYKŁAD DO ZASTOSOWANIA

Podsumowanie: porównaj zakres, materiały i montaż.

Dalszy krok: „Jeśli planujesz projekt kuchni, w opisie znajdziesz formularz zapytania. Napisz, na jakim etapie jesteś, i dołącz wymiary pomieszczenia”.

Takie zaproszenie stosujesz, jeśli odpowiada Twojej rzeczywistej usłudze i formularz działa.

Twoje zadanie

Zapisz konieczne ujęcia, jedno zaproszenie na koniec i informację, którą klient ma zobaczyć po kliknięciu.

Gotowe, kiedy: Potrafisz nagrać materiał i przejść dokładnie tę drogę, którą proponujesz odbiorcy.

CAŁOŚĆ NA JEDNEJ STRONIE

Tak wygląda gotowy plan

To przykład demonstracyjny. Zobacz, jak pięć decyzji składa się w jeden materiał.

Odbiorca

Osoba przed remontem kuchni, która chce świadomie porównać zakres ofert.

Obietnica i tytuł

Wyjaśnię, co porównać i o co dopytać. „Dwie wyceny kuchni. Co porównać przed wyborem?”.

Otwarcie

Pokazuję dwie karty i pytam, czy obejmują ten sam zakres. Zapowiadam trzy kryteria porównania.

Rozwinięcie

Zakres, materiały i montaż. Każdy punkt pokazuję na uproszczonej demonstracji, a potem wyciągam wniosek.

Materiały do nagrania

Demonstracyjne oferty, zaznaczenia różnic, czytelne zbliżenia oraz lista pytań do wykonawcy.

Finał i kolejny krok

Podsumowuję kryteria. Zainteresowanych projektem kieruję do działającego formularza zapytania.

KARTA PRACY

Twój następny film

Wydrukuj tę stronę albo dopisz odpowiedzi narzędziem do adnotacji w czytniku PDF. Wybierz jeden wykonalny pomysł.

01. Jaki klient i przed jaką decyzją obejrzy film?

02. Co zrozumie i jaki jest roboczy tytuł?

03. Jak rozpozna swój problem w pierwszych zdaniach?

04. Na jakim przykładzie pokażę sposób pracy?

05. Co nagram i jaki dalszy krok zaproponuję?

PRZED WŁĄCZENIEM KAMERY

Sprawdź, czy masz komplet

- ☐ Wiem, dla kogo jest film i po co ta osoba go obejrzy.
- ☐ Mam obietnicę, roboczy tytuł i pomysł na miniaturę.
- ☐ Mam pierwsze zdania i wiem, co pokażę na początku.
- ☐ Każda część filmu ma konkretne zadanie.
- ☐ Mam listę ujęć, sprawdzony dźwięk i pomysł na finał.

Po publikacji sprawdź, czy odbiorcy rozumieją wyjaśnienie i z jakimi pytaniami wracają. Połącz obserwacje z filmu z rozmowami z klientami. Wejście na stronę nie jest jeszcze zapytaniem, a zapytanie nie jest sprzedażą. Wybierz jedną rzecz do poprawy w kolejnym materiale.

WRÓĆ DO KARTY PRZED KOLEJNYM NAGRANIEM

Pięć odpowiedzi to początek pracy. Sprawdź je na rzeczywistym materiale, dopasuj do swojego formatu i zachowaj to, co pomaga Ci przygotować lepszy film.

Więcej o warsztacie: @slawomirwrobel na Instagramie

Materiały uzupełniające

YouTube: tytuły i miniatury

YouTube: utrzymanie uwagi widzów

Think with Google: treści dopasowane do odbiorcy

Pięć kroków i przykłady stanowią propozycję metody pracy. Materiały źródłowe nie dowodzą, że jeden układ filmu zapewnia zasięg lub sprzedaż.