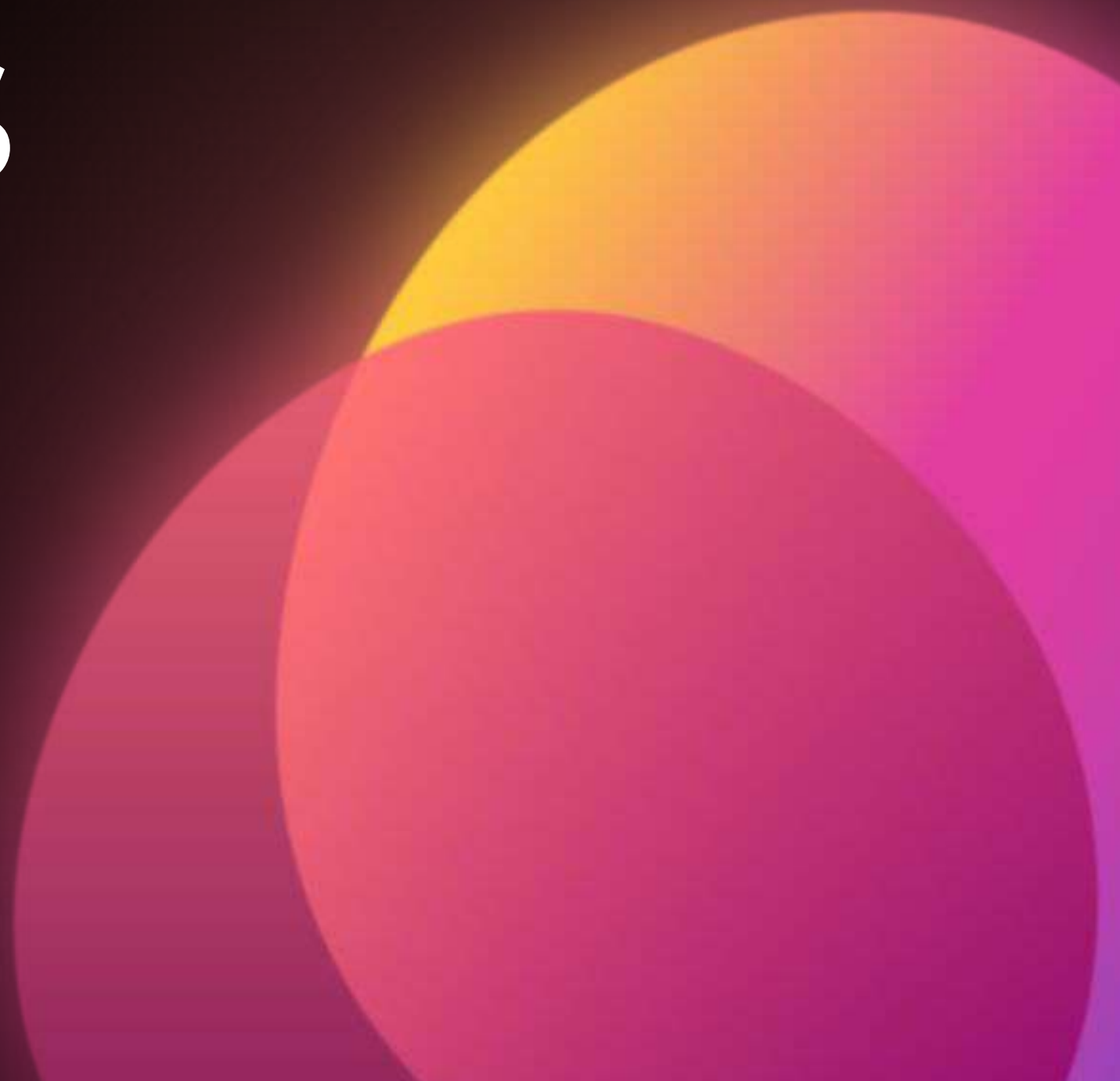


ИНТЕНСИВ ПО ЭФФЕКТИВНЫМ STORIES



Контент всему голова

Александра Наконечная *

* контентщик со стажем

Открой меня: s365.su/15

Что есть “контент”?

Вопреки всем мифам и рассуждениям, контент - это способ передачи информации, общения с аудиторией. Условно плейсменты разделяем на такие части :

Лента - передача информации.

Истории - коммуникация и обратная связь.

Описание профиля - описание сериала.

Хайлайты - краткий пересказ сериала, отдельных серий, дополнение описания.



ВВОДНЫЙ О КОНТЕНТЕ И АЛГОРИТМЕ

Как работает алгоритм в Instagram?

Алгоритм - это искусственный интеллект, его невозможно обмануть, невозможно перехитрить и понять до конца. Алгоритм обучается каждую секунду, получая огромный массив данных от всех пользователей социальной сети.

Боюсь, что даже сами разработчики алгоритма не до конца могут понять алгоритм принятия решений. Что говорить про обычных пользователей?

Как работает алгоритм в Instagram?

Но все-таки некоторую завесу нам приоткрыли:

Видео не получает искусственное завышение охвата перед фото.

Одинаковую ценность для алгоритма имеют реакции оставленные в первую минуту и спустя 10 часов.

Охват напрямую зависит от реакций.

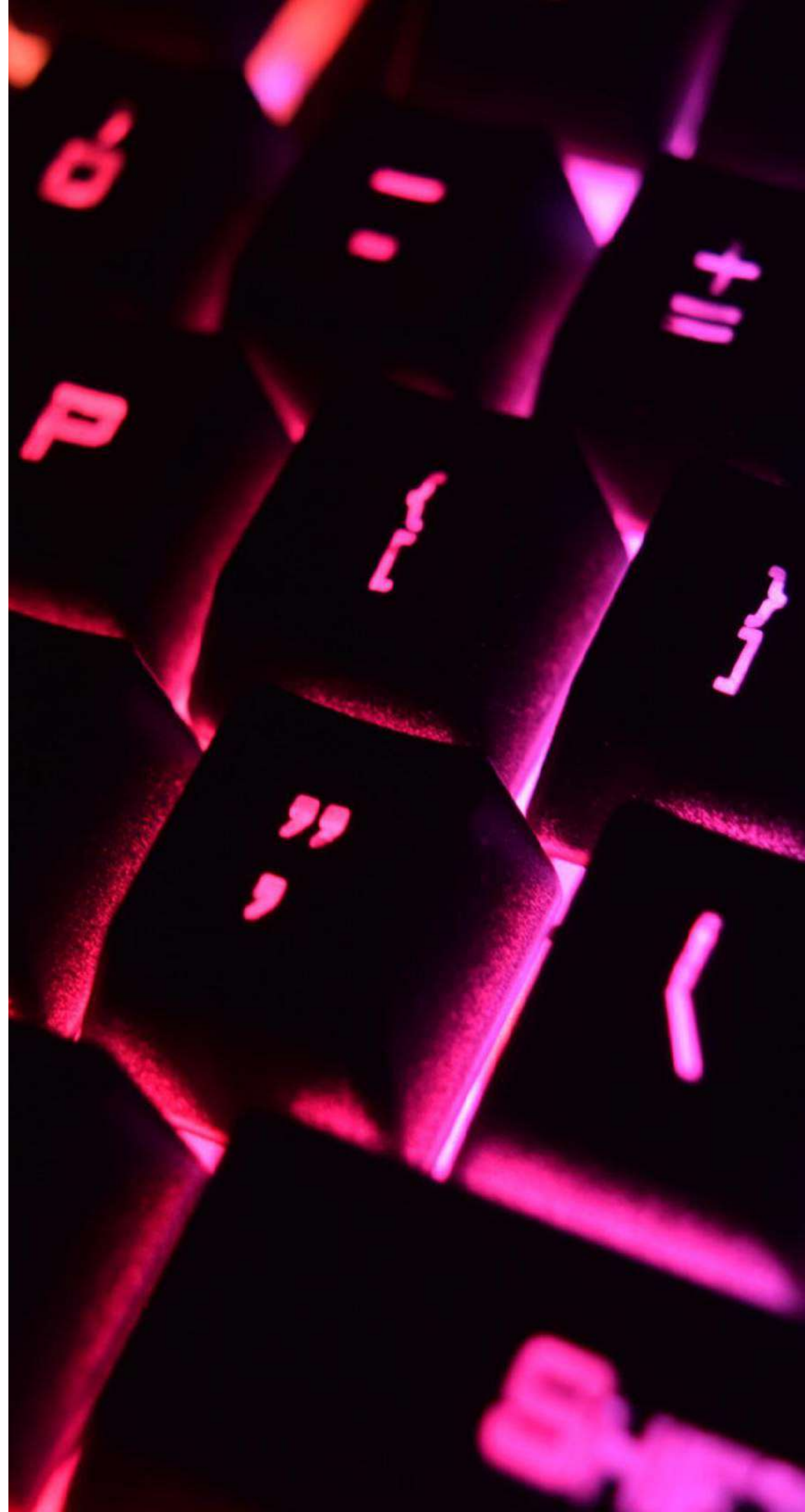
Накрутки и лайк-таймы мгновенно распознаются алгоритмом и не влияют на охват.

Как работает алгоритм в Instagram?

Из недавних официальных заявлений:

Если мы говорим о попадании в новостную ленту, то существует 4 основных сигнала, которые влияют на ранжирование :

- Информация о посте.
- Информация о профиле.
- Твоя активность.
- Твое общение.



Как работает алгоритм в Instagram?

В контексте конкретно этого мастер-класса важен первый сигнал - информация о посте. Он делится на два подтипа информации:

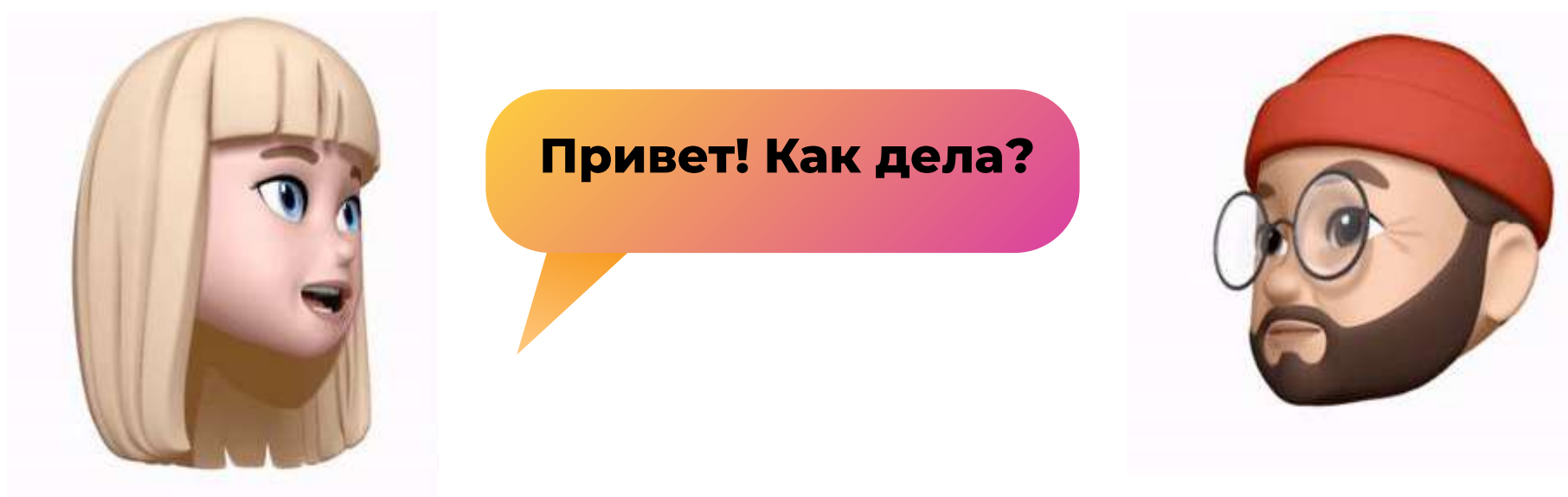
- Содержание поста.
- Как реагируют на нее другие пользователи.

И вот второй параметр уже более интересен. Instagram в который раз подтверждает, что реакции важны и нужны. Благодаря реакции других пользователей, алгоритм думает, что публикация интересна и предлагает ее показать другим.

Как работает алгоритм в Instagram?

Еще один важный сигнал - это история общения.

Instagram наблюдает за тем, как и с кем мы общаемся.



На основании нашего общения, он может ранжировать публикации тем или иным пользователям. Помимо этого, наше общение может влиять на публикации в рекомендованных. Сейчас объясню.

Как работает алгоритм в Instagram?

- Вася подписан на шашлычную и лайкает посты шашлычной.
- Алгоритм смотрит кто подписан на шашлычную. На шашлычную подписана еще Маша.
- Алгоритм смотрит подписки и взаимодействия Маши. Маша подписана на аккаунт с хот-догами и лайкает их посты.
- Алгоритм думает, что раз вы с Машей вместе лайкаете и подписаны на шашлычную, то возможно тебе стоит в рекомендованных показать аккаунт хот-догов, ведь потенциально интересы у вас с Машей совпадают.

Короче говоря - взаимодействия - это важно. Очень!

Отсюда мы делаем крайне простой вывод:

Все наши действия сводятся к двум простым вещам:

1. Чтобы люди чаще и дольше смотрели контент.
2. Чтобы люди чаще и дольше взаимодействовали с контентом.

Вот тебе и повод создавать сериалы.



Чем истории отличаются от ленты?

- Лента - витрина. Содержит в себе ключевую информацию, самый ценный, хайповый, интересный, сочный контент. Потому что контент из ленты не исчезает, имеет совсем другой формат, инструментарий. Отношение к ленте совершенно другое, чем к историям.
- Лента - место для выводов, подведения итогов, главных тезисов и верхушки способностей криэйтора. Вишенка на торте, завершающий/переходный этап воронки.
- Лента молчит, лента обучает, лента привлекает.

Чем истории отличаются от ленты?

- Истории - голос, плейсмент для коммуникации и сбора обратной связи от аудитории. Идеальный инструмент по получению реакций. Ответить на историю, принять участие в опросе намного проще и комфортнее, чем писать комментарии под постами в ленте.
- Истории любят, потому что в них высказывают свое мнение, а еще, что самое важное, они анонимнее. Многих людей смущает писать комментарии, которые видны всем.
- Истории сокращают путь к директу. А когда человек попадает в директ, он приближается к продажам как никогда.

**Истории идеально подходят для
создания интерактивного кино.
Разработчики буквально
одарили нас многообразием
различных инструментов.**

Чем истории отличаются от ленты?

К тому же, создавать контент в истории многократно менее затратно и быстро, по сравнению с лентой. Потому что лента - это ответственность, это витрина. К историям изначально было куда меньше требований по оформлению. Зато, большое количество контента в историях воспринималось куда более благосклоннее аудиторией, чем в ленте. Нельзя сравнивать 10 историй в ленту и 10 публикаций в ленту. От второго варианта люди будут, мягко говоря, шокированы.

Истории разговаривают, собирают фидбек.

Чем истории отличаются от ленты?

Что очень важно, от историй ждут некой последовательности, именно и-сто-рий. К ленте нет такого требования. Мы привыкли, что посты в ленту могут абсолютно никак не быть связаны между собой.

А вот истории, наоборот, должны последовательно раскрывать какое-то событие, поэтапно рассказывать аудитории о чем-то волнительном, интригующем. От этого крайне зависят охваты, реакции, % просмотра от первой истории до последней.

По этой причине ты и смотришь этот интенсив.

По этой причине я и создала его.

**ПОЧЕМУ
НУЖНО УМЕТЬ
РАССКАЗЫВАТЬ
ИСТОРИИ**

Почему важно уметь рассказывать истории?

В целом, ответ на этот вопрос очень содержательно раскрыт в предыдущем блоке. Но давай я еще разок объясню, в чем все-таки важность.

Я бы выделила такие основные моменты :

- Удержание внимания.
- Выстраивание отношений.
- Получение реакций.
- Диалог и фидбек.

Удержание внимания

- Во-первых, люди очень невнимательно потребляют контент, особенно когда он такой быстрый, как сториз.
- Во-вторых, контента миллион и маленькая тележка. Не стоит считать себя каким-то особенным или уникальным. Это не так. Просто принимаешь этот факт и сразу становится легче.

Но знаешь, что неизменно в нашем мире, переполненном контентом? - Внимание людей к крутым историям.

Выстраивание отношений

Кек, но с магазином в Instagram тоже можно выстроить отношения. Не только с блогером. Поэтому, собственно, этот интенсив и полезен для коммерческих профилей в том числе.

Какие этапы я выделяю?

- Знакомство.
- Притирка.
- Доверие.
- Сопереживание.
- Любовь.



Открой меня: s365.su/15

Выстраивание отношений

Знакомство

На тебя только подписались. Ничего о тебе не знают. Не совсем понимают чем ты крут и можешь быть полезен. Почему стоит покупать именно у тебя.

Притирка

Этап на котором узнают твои особенные черты характера, чем ты отличаешься от других. Идет сравнение ценностей подписчика с ТВОИМИ.

Выстраивание отношений

Доверие

“Есть контакт”. С этого этапа уже и продажи появляются, и в целом отношение аудитории меняется. И ответить на историю могут, и комментарий оставить, и где-то поддержать, и рекомендациям верят.

Сопереживание

Прекрасное чувство, когда твои проблемы становятся общими проблемами с подписчиками. За тебя волнуются, желают поддержать, даже чем-то помочь.

Выстраивание отношений

Любовь

Последняя стадия отношений, когда подписчик становится настоящим фанатом, адвокатом бренда и поддерживает все начинания, защищает и постоянно проявляет активность. Это тот, кто купит и второй раз, и десятый, и напишет километровый отзыв.



Диалог и фидбек

Диалог и фидбек - это то, что ты получаешь в результате выстраивания отношений. И ты уже должен хорошо помнить, как сильно общение влияет на твою позицию и в новостной ленте, и в рекомендованном.

Давай просто вспомним, как мы все смотрим фильмы ужасов. Когда главный персонаж идет куда-то не туда, что мы дружно кричим? “Куда ты идешь! Тебя же убьют!”. Только вот в кино мы ничего не можем сделать. А когда смотрим чужие истории складывается ощущение, что повлиять таки можем.



Я хотела сказать...



Открой меня: s365.su/15

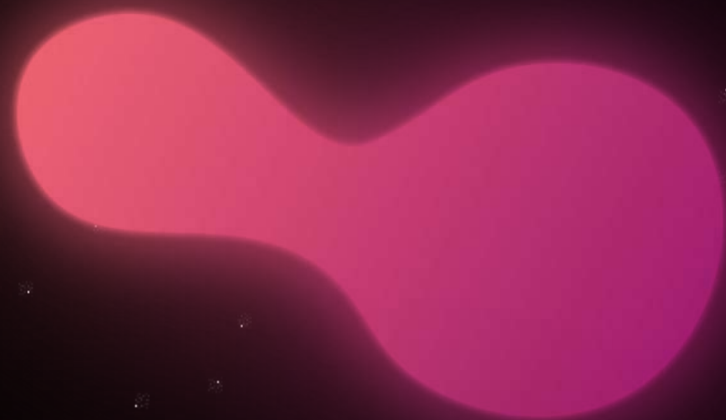
Получение реакций

Все предыдущие слайды должны были тебе объяснить на что влияет сторителлинг и как он ведет к деньгам. Давай еще немного проведем параллель с кино.

- **Хороший фильм** - это высокие оценки, классные рецензии, обсуждения.
- **Хорошая история в Instagram** - это высокая досматриваемость, много ответов, обсуждения.

Если в твоём профиле нет жизни, люди не вовлечены, твое спасение в этом интенсиве. Поехали дальше?:)

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИСТОРИИ



Составляющие хорошей истории

Самое интересное, что здесь не будет никакого изобретения велосипеда. Я не буду тебя уверять, что сейчас буду рассказывать о своей гениальной авторской методике. Абсолютно нет.

Моя задача - разложить давно существующий инструмент по полочкам на логические элементы, донести ценность каждого из них, чтобы ты мог спокойно их использовать независимо от своего опыта, знаний и бизнеса.



Открой меня: s365.su/15

Составляющие хорошей истории

Чтобы не перегружать, разбирать мы будем 3 составляющих хорошей истории:

- Сюжет.
- Персонажи.
- Визуализация.

Вот так вот просто.



СЮЖЕТ

Сюжет

- Почему одно кино нас увлекает на 3 часа, а другое не может удержать и 30 минут?
- Почему один сериал смотрят по 10 лет и пересматривают по 20 раз, а другой бросают на второй серии?
- Почему у одних охваты историй 50%, а у других - 10%?

Одна из ключевых причин - это **сюжет**. Или его полное отсутствие, или его так себе присутствие.



Сюжет

- Давай вернемся к тому, что количество потребляемого контента одним человеком растет. Плотность контента огромная. Поэтому много чего пропускается, хотя и смотрится.
- Сюжет помогает выделиться среди сотни других аккаунтов. Зацепить, вовлечь, удержать внимание хотя бы на пару минут. Заинтересовать смотреть дальше.
- Если в личных блогах еще +- понятно, как строится сюжет, то в коммерческих он присутствует в 1 профиле из 100. Потому что даже в теории внедрить это в жизнь достаточно сложно.

Сюжет

Сюжет - это ход событий, их развитие, совокупность действий во время которых раскрывается какая-то проблема. По ходу действий она же и решается либо не решается, всякое бывает.

Сюжет отвечает на вопросы :

- Что происходит?
- Как происходит?
- Где происходит?
- Что нужно решить?
- Какие проблемы?
- Какой выбор нужно сделать?
- В чем трудность?
- Как это было сделано?
- Что будет дальше?

Сюжет

Любое событие можно рассказать интересно через создание сюжета, преобразовывая одно событие в череду нескольких сториз.

Что я имею ввиду :

**Как обычно
рассказываются истории:**

1. Случилось событие

**Как нужно рассказывать
истории:**

1. Что предвещало произошедшее
2. Что произошло
3. Как это повлияло на ...
4. Что мы планируем с этим делать

Сюжет

Навык рассказывать истории - это навык разбивать любое событие/инфо повод/действие на логические составляющие и преподносить последовательно, делая определенные выводы, грамотно релевантно вставляя интерактивы.

Никакой магии, просто систематизация своих действий, которую я обожаю.



Сюжет

Существуют такие части сюжета:

- Экспозиция: прямая и задержанная
- Предзнаменование
- Завязка
- Конфликт
- Нарастающее действие
- Кризис
- Кульминация
- Нисхождение действий
- Развязка



Экспозиция

Как бы дает вводные данные о том, что происходит:

- Место действия.
- Персонажи.
- Отношения между персонажами.

Экспозиция бывает:

- Прямая - нам сразу объяснили what is going on.
- Задержанная - начинаем непосредственно с действия.

Предзнаменование

Мы еще не до конца понимаем, что нас ждет, но некоторые намеки получаем. Разные подсказки, детали, чтобы аудитория могла попытаться предугадать, что будет ждать дальше.

Завязка

Какое-то событие, действие, которые является началом конфликта, его провоцирует. Спусковой крючок. Был мирный договор, его нарушили - это завязка. Жили на съемной квартире, позвонила хозяйка и сказала срочно выселяться - это завязка.

Конфликт

Конфликт - это столкновение. Добра и зла, главного героя и врага, двух враждующих кланов, главного персонажа и сложного выбора.

Какие бывают конфликты:

- Человек против человека.
- Человек против природы/обстоятельств.
- Человек против общества.
- Человек против техники.
- Человек против сверхъестественного.
- Человек против самого себя.

Нарастающее действие

Ряд событий перед кульминацией, которые только увеличивают напряжение и как-бы говорят, что **“ВОТ-ВОТ И ВСЕ взорвется”**.

Блогеры обычно любят исчезать из историй, чтобы увеличить накал страстей. Не всегда это уместно, но иногда нужно выдержать паузу, увеличив напряжение. Это некий аналог с тем, что мы видим в кино, когда длина кадра резко увеличивается.



Кризис

Персонаж сталкивается со своим врагом лицом к лицу, персонажи попадают в неприятность и их дальнейшие действия предрешают их судьбу.

Кризис - это когда что-то неизбежно случится. Плохое или хорошее - еще неясно. Но что-то обязательно произойдет.

Кризис проходит либо перед кульминацией, либо одновременно с ней. Главный персонаж либо победит, либо проиграет.



Кульминация

Кульминация - следствие кризиса. Все действие произошло и что-то осталось в итоге.

Персонаж остался ни с чем, персонаж победил, персонаж одержал победу, но какой ценой?

Кульминация - это когда вскрываются все тайны, открываются истинные намерения, получаем ответы на все главные вопросы.

Например, узнается имя убийцы, или истинные чувства персонажей, или умирает главный герой. В историях, естественно, такого не будет. Но на таких примерах более понятно.



Нисходящее действие.

Череда событий уже больше конфликта, некое подведение ИТОГОВ.

Все произошло, что дальше? Чего теперь ждать? Что будет дальше? Какие чувства у персонажа? Что он будет делать дальше?

Это похоже на тот момент, когда после концовки “Игры престолов” собираются выжившие персонажи, чтобы обсудить, как им действовать дальше.

Иногда после кульминации ничего не может быть. Никакой развязки. Как было в Сумерках, когда Эдвард сделал Белле предложение и на этом просто оборвался фильм.



Развязка

Итог. Линии сходятся. Мне очень понравился сериал “Тьма” за то, как там очень интересно и сложно все линии сошлись в развязке. Спойлерить не буду, но рекомендую посмотреть.

Там действие происходит в нескольких временных отрезках одновременно. И сначала очень сложно понять, что к чему. Но в конце сериала, в развязке, все настолько тонко сходится воедино, что просто хочется крикнуть “Браво!”.

Или тот же фильм “Довод”, где развязка очень грустная, но такая блистательная.

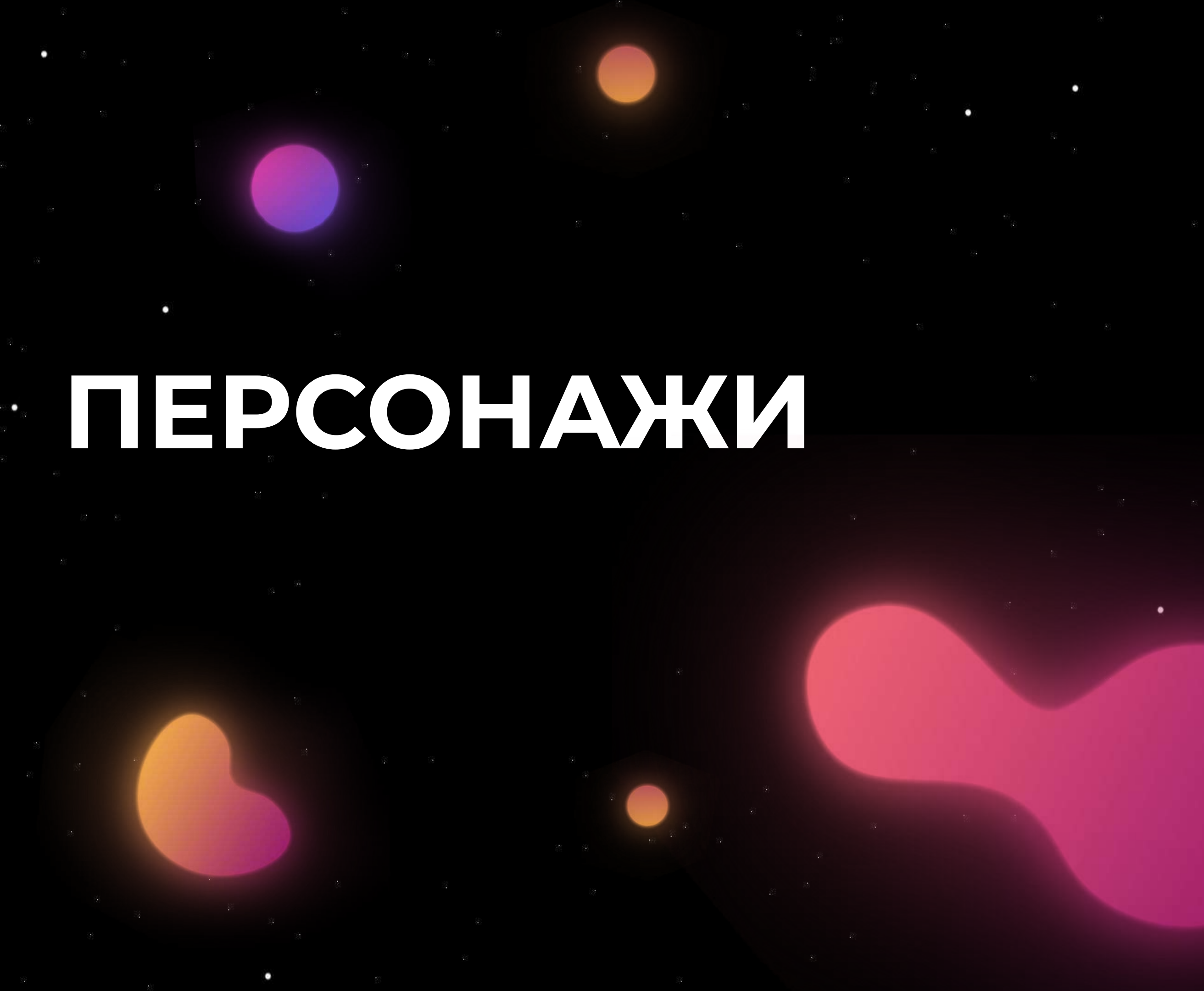
Кризис, кульминация, развязка

Из книги Эгри Лайоша.

Родовые схватки – это кризис, сами роды – кульминация, исход же (благополучный или смертельный) – это развязка.

Ромео идет в дом к ненавистным Капулетти, чтобы взглянуть на Розалинду. Там он встречает другую девушку – столь прекрасную, что он безумно влюбляется в нее (кризис). Он обнаруживает, что она – дочь Капулетти (кульминация). Тибальд пытается убить Ромео (развязка).

Джульетта тем временем узнает, что она полюбила Монтекки, и изливает свое горе луне и звездам. Ромео, ведомый любовью, возвращается и слышит ее слова (кризис). Они решают пожениться (кульминация). На следующий день монах Лоренцо венчает их (развязка).



ПЕРСОНАЖИ

Персонажи

- За что мы полюбили Сумерки? За красавчика Эдварда Каллена.
- За что мы полюбили Игру Престолов? За секси-стесняшку Джона Сноу.
- За что мы полюбили Гарри Поттера? За безбашенную тройцу - Гарри, Рона и Гермиону.

Персонажи - действующие лица в твоих историях.

Персонажи - какие бывают?

Главный персонаж - владелец бизнеса, блогер, возможно член семьи, отсутствие персонажа.

Второстепенный персонаж - вторая половинка, топ-менеджмент, домашний питомец, вымышленный персонаж, неодушевленный предмет.

Почему это так важно? Да просто представь, что из всех книг и фильмов исчезают главные персонажи. Вот тебе и ответ.

Персонажи - какие бывают?

- **Реальный персонаж** - человек, нечто существующее, домашнее животное.
- **Вымышленный персонаж** - мультяшный герой, прокрастинация.



Персонажи - какие бывают?

Почему может быть недостаточно одного персонажа? Все тот же ответ - надоедает.

Помимо визуальной смены картинки интересно наблюдать за тем, как переплетаются линии разных персонажей. Как происходит взаимодействие. В целом, интересно наблюдать за разными монологами, не только одного действующего лица.

Персонажи - Параметры

У любой истории есть мораль, проблема, конфликт. Автор истории создает персонажей, чтобы эти моменты раскрыть, объяснить. Он сталкивает двух и более персонажей лбами.

Один персонаж может быть добром, а другой - злом. Их конфликт олицетворяет борьбу добра и зла.



Персонажи

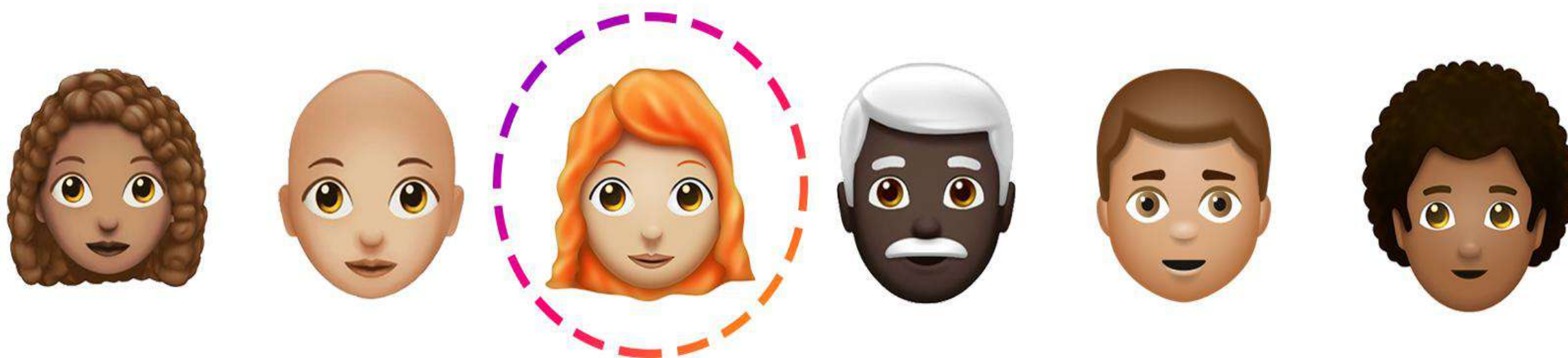
Миссия персонажа - то, ради чего он вообще существует, то, что вытекает из всех его ценностей, взглядов на мир, на других людей.

Так как мы не в кино, миссия должна быть сформулирована только у главного персонажа. Когда речь заходит о коммерческой странице, миссия может быть выражена не так явно или не выражена вовсе.

Персонажи

Благодаря миссии появляется логика в действиях каждого из персонажей.

Благодаря миссии и ценностям аудитория начинает ассоциировать человека с собой. В целом появляются некоторые ассоциации.



Нужен ли бизнесу главный персонаж?

Я не сторонник позиции, что без личного бренда продвигаться нельзя. Можно, иногда даже нужно. Отличный пример этому - мой совместный бизнес. Который загнулся, говорю как есть, после моего ухода.

В бизнесе был главный персонаж - я - и много второстепенных. Но все держалось на мне. История одного человека. Человек уходит - история рассыпается. Раунд.

С внедрением главного персонажа нужно быть максимально осторожным. Как, например, и личному бренду с внедрением второстепенных персонажей.

Итог

Как бы это сейчас ни звучало, я очень рекомендую поиграть в игру на телефоне “Клуб романтики”. Суть игры в том, что ты являешься главным персонажем истории. Истории бывают разные. Ты принимаешь те или иные решения, которые влияют и на ход событий, и на отношения с другими персонажами, и на концовку.

Эта игра полезна, чтобы в целом понимать, как может строиться сюжет, как нарастает иногда напряжение во время игры. И как хорошая история может сильно увлекать.

ВИЗУАЛІЗАЦІЯ

The background is a dark, starry space. It features several glowing circular shapes in shades of orange, pink, and purple. There are also larger, irregular, organic shapes in similar colors, some of which appear to be part of a larger, flowing structure on the right side. The overall aesthetic is futuristic and artistic.

Визуализация

Если из кино убрать звук и цвет, оно все равно останется кино. Благодаря актерской игре, умелому монтажу, правильному выбору ракурса мы, зрители, все равно будем понимать о чем речь. Все дело в элементах, из которых состоит кино.

Визуализация

Я не типичный контентщик. У меня нет заикленности на трендах, оформлении и прочем. Я уверена и проверяла не раз, что самое главное - это ЧТО мы показываем, а не КАК мы это показываем.

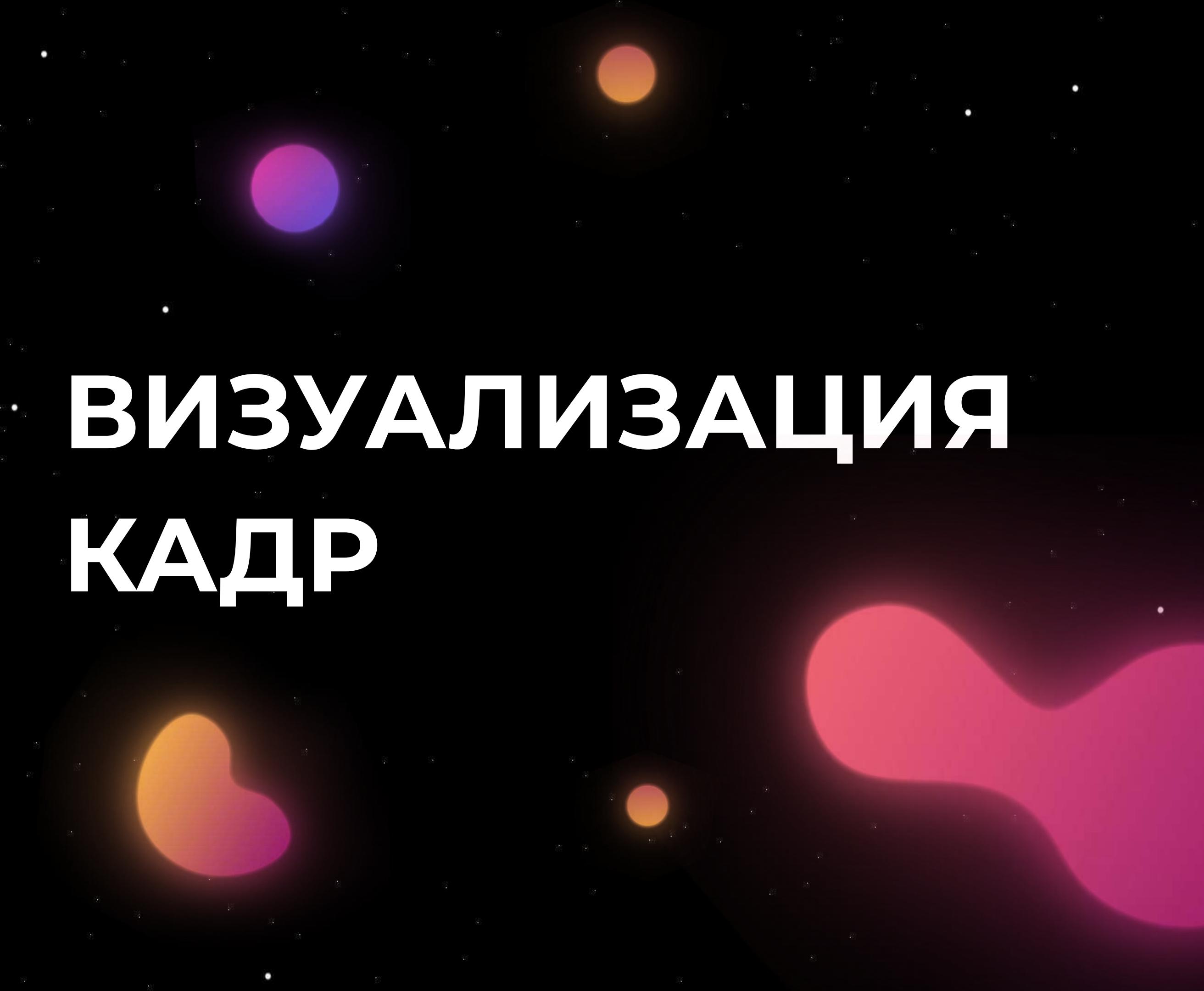
Есть объективные параметры хорошего контента: свет, резкость, фокус, контрастность, центрирование и т.д. Ну все понятно. Но вот эти все тренды - это уже улушчайзинг, который не всегда применим к реальным коммерческим проектам. Правда.

Визуализация

Но если мы говорим о визуализации историй с точки зрения повышения эффективности - есть все-таки несколько важных моментов. Я не буду рассказывать о изогнутом тексте или чем-то таком)))))

Из чего состоит киношная картинка?

- План
- Кадр
- Ракурс



ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАДР

Визуализация - МоНтАж

Я ненавижу этот сраный монтаж со всякими магическими переходами, невидимыми склейками и прочим. Но мой хейт - обоснованный, сейчас буду объяснять.

Что такое кРаСиВыЙ монтаж по своей сути? Правильно, **спецэффекты...**

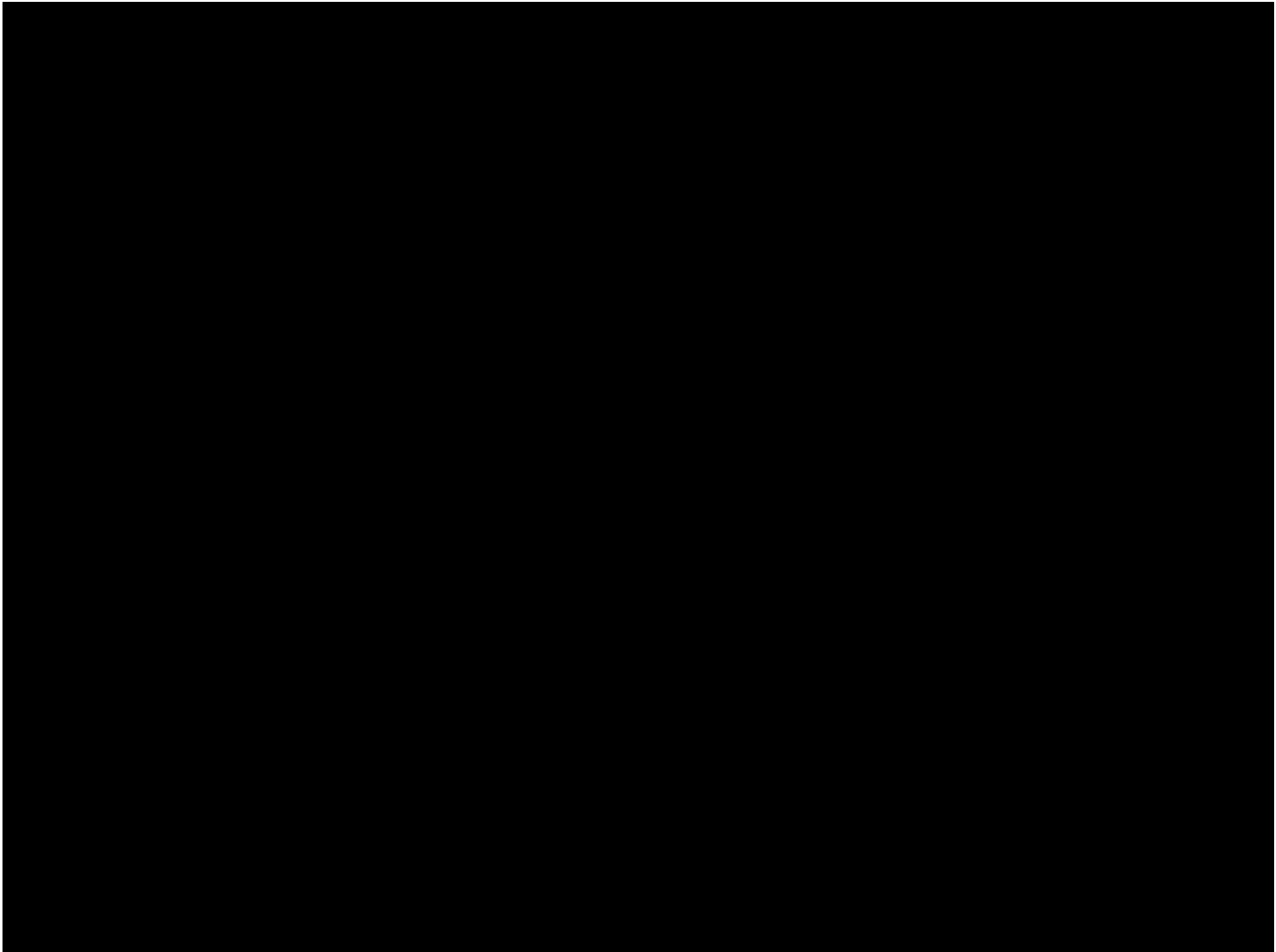
Визуализация - МоНТАж

Спецэффекты нужны, чтоб создать какой-то ВАУ-эффект, зрелищность и т.д. Опять же, проводя аналогию с кино, без присутствия спецэффектов разве бы мы перестали смотреть кино? Любили бы мы фильмы так сильно, если бы, наоборот, в них спецэффекты присутствовали?)



Визуализация - МоНтАж

Просто представь, как посреди Титаника появляются какие-то фейерверки, розовые лепесточки, искры.



Визуализация - МоНтАж

Спецэффекты - это не то, о чем нужно переживать во время создания хорошей истории.

Спецэффект - это инструмент, а не цель.

Да, есть примеры, где без какого-то монтажа не обойтись. Например, те же Мстители. Объективно без вспышек, лазеров и прочего будет скучно смотреть. Будет не то. Но это фильм, построенный на вымысле.

Короче, юзай крайне аккуратно и с умом.

**СМЫСЛ
ВАЖНЕЕ
УПАКОВКИ**

Кадр

Есть два кадра. Один и второй. У каждого из них есть свой смысл. Если склеить кадры один за другим, то появится иной смысл.

Эффект Кулешова



Эффект Кулешова



Эффект Кулешова



+



= sadness



+



= hunger



+



= lust

**МОНТАЖ - ЭТО
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНАЯ СКЛЕЙКА
КАДРОВ, В РЕЗУЛЬТАТЕ
КОТОРОЙ РОЖДАЕТСЯ СМЫСЛ**

Кадр

- Кадр - это то, что мы видим на экране прямо сейчас.
- Кадр - изображение, ограниченное рамками.

Все фильмы, кино - это череда смены кадров. Смену кадров мы называем склейкой, что пришло из времени, когда снимали на пленку.

Наша задача научиться умело склеивать кадры. Чтобы правильно доносить события.

Кадр

Кадр -> Сцена -> Событие -> Конфликт

Есть большое желание углубиться очень детально в каждый из пунктов, но мы с тобой снимаем истории, а не кино. Да и оставим самое интересно для курса, ок?)

Монтаж - помогает связывать увиденное изображение в сцену.

Кадр

Есть важный момент - различие между монтажом в кино и в социальных сетях. Понятнее станет, когда разберемся с видами кадра.

Разберем два вида кадров:

- **Короткий - эпичность, драка, быстрый акцент;**
- **Длинный - дискомфорт, пристальное внимание, напряжение.**

Кадр

Полноту композиции дает соединение коротких и длинных кадров. Например, когда речь идет о какой-то страшной сцене в кино.

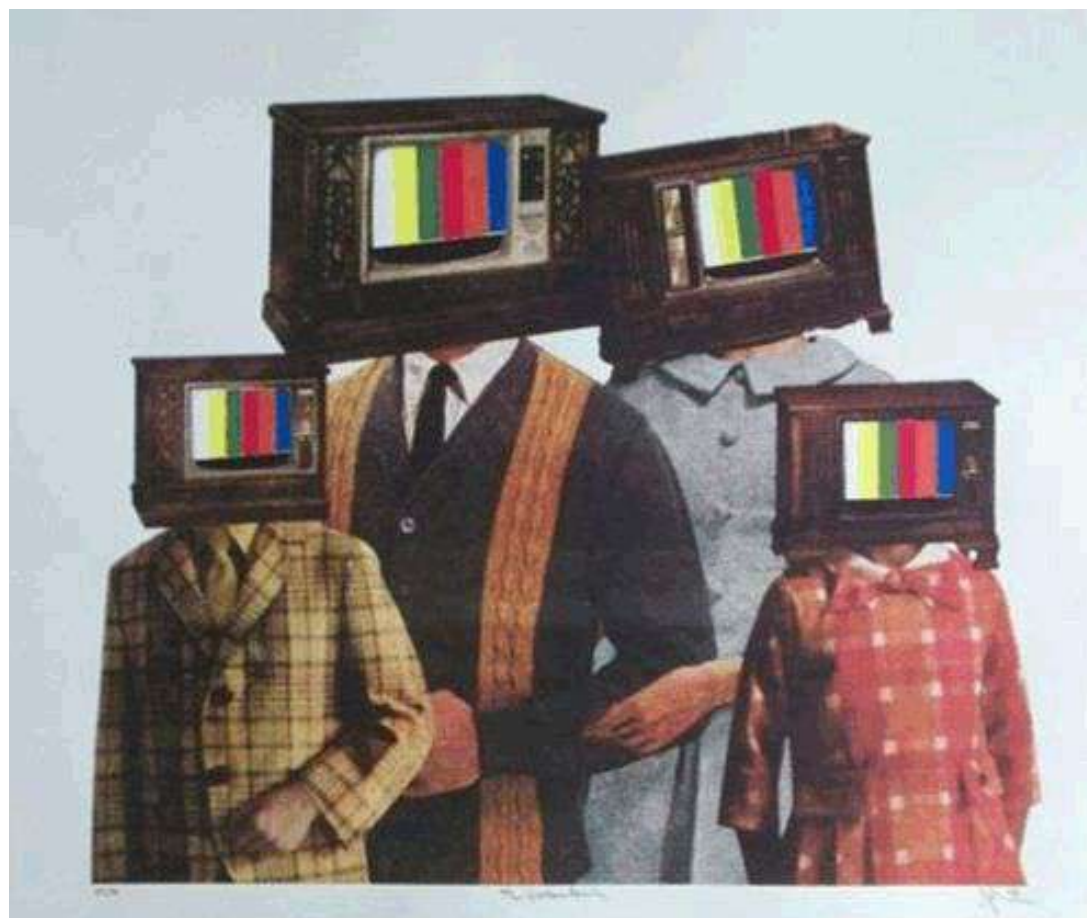
Там, с помощью склейки длинных и коротких кадров, напряжение сначала нарастает, затем появляется страшная развязка.

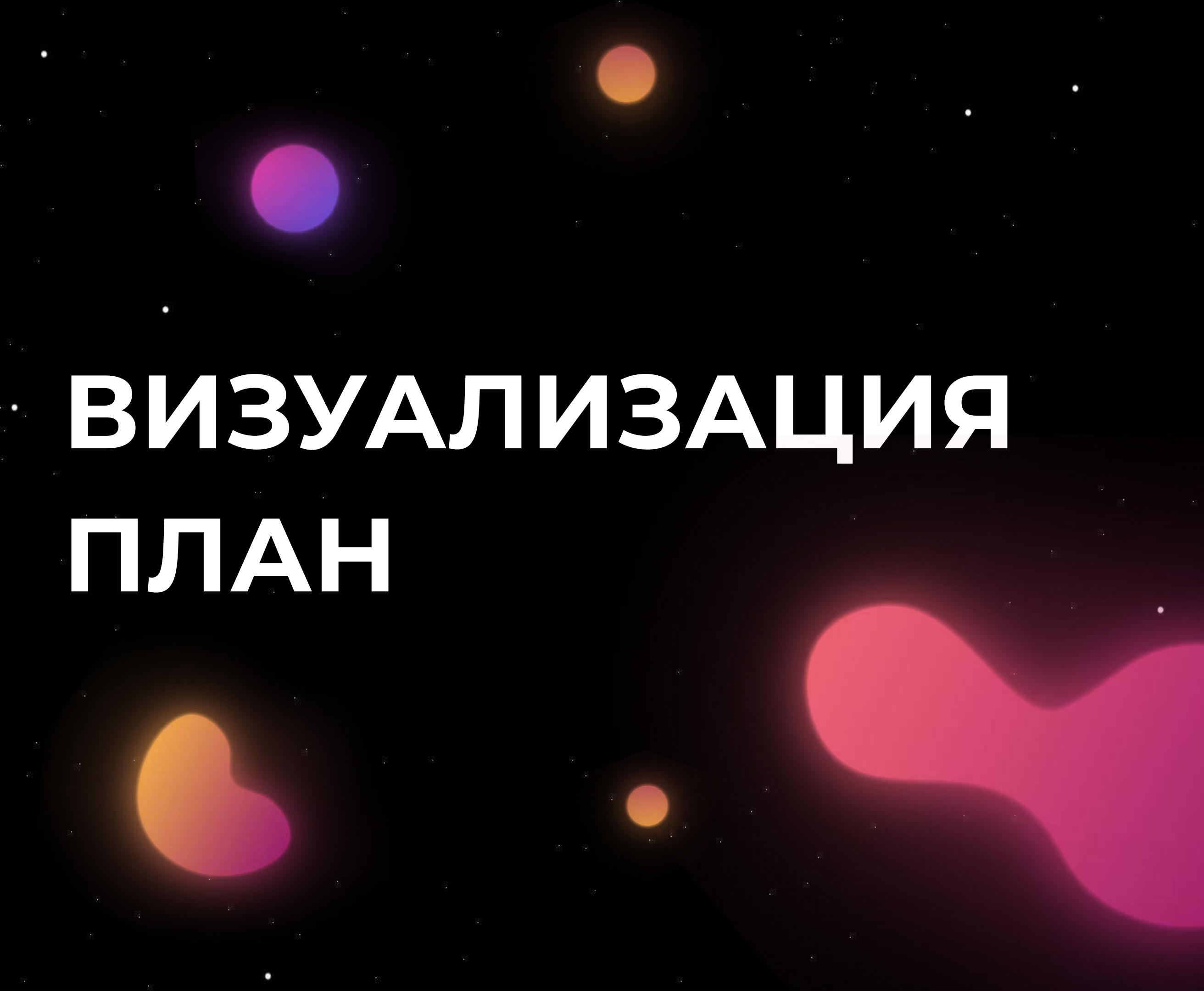
Кадр

Когда человек приходит в кино или включает сериал, он заранее уже принимает решение смотреть нечто от 40 минут и до 3 часов.

В социальных сетях все иначе. Мы не можем позволить себе растягивать историю так надолго, нужно уметь вовлечь в первые секунды, чтобы человек смотрел дальше.

Просмотр историй можно сравнить с перелистыванием каналов в телевизоре. По этой причине увлекаться длинными кадрами я не рекомендую.





ВИЗУАЛІЗАЦІЯ ПЛАН

План-Капкан.

План - это крупность кадра. Как далеко или близко мы видим объекты, сколько объектов мы вообще видим.

- **Общий план:** место событий, незначительность персонажа, смятение, одиночество и т.д.
- **Крупный:** эмоции персонажа.
- **Средний:** показать происходящее, действие персонажа, его взаимодействие с окружающей средой, отношение между персонажами, диалог.
- **План-деталь:** сделать акцент на определенной детали, которая имеет/будет иметь значение в будущем.

Рассматриваем на примерах:

Крупный план.



Крупный план.



Крупный план.



Средний план.



Средний план.



Общий план.



Общий план.



Общий план.



Дальний план.



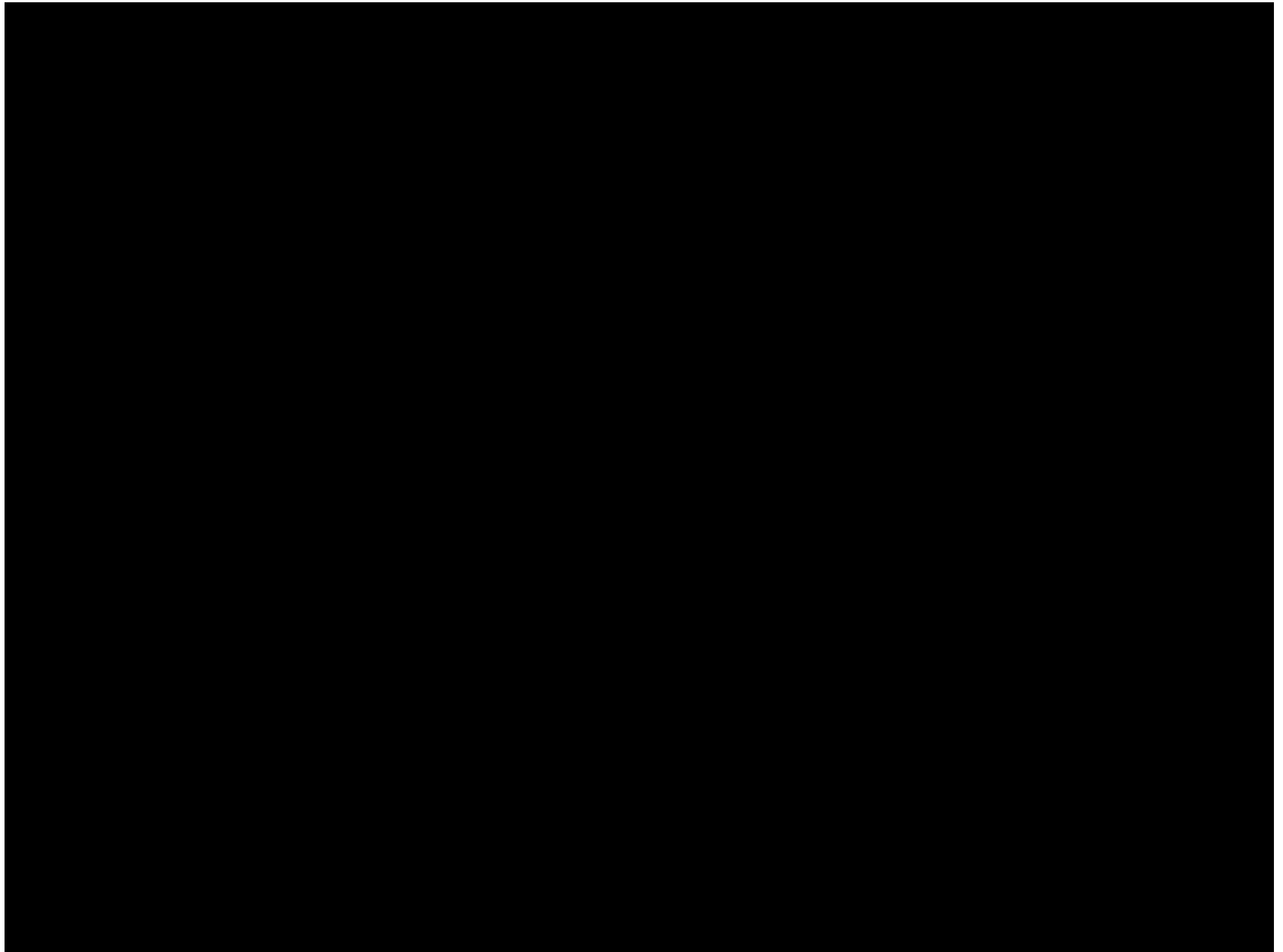
Дальний план.



Комбинация планов.



Как план влияет на восприятие.



ВИЗУАЛИЗАЦИЯ РАКУРС

Ракурс

Наверное, первое о чем ты подумал - это удачный ракурс на фото, когда мы поворачиваемся к камере своей рабочей стороной. Или когда позируем так, чтоб талия была уже, а попа - шире.

На самом деле, работа с ракурсом куда глубже и интереснее. Криэйторы, которые юзают информацию из следующих историй - 1 на 100. Надеюсь, после этого интенсива их прибавится.

Ракурс

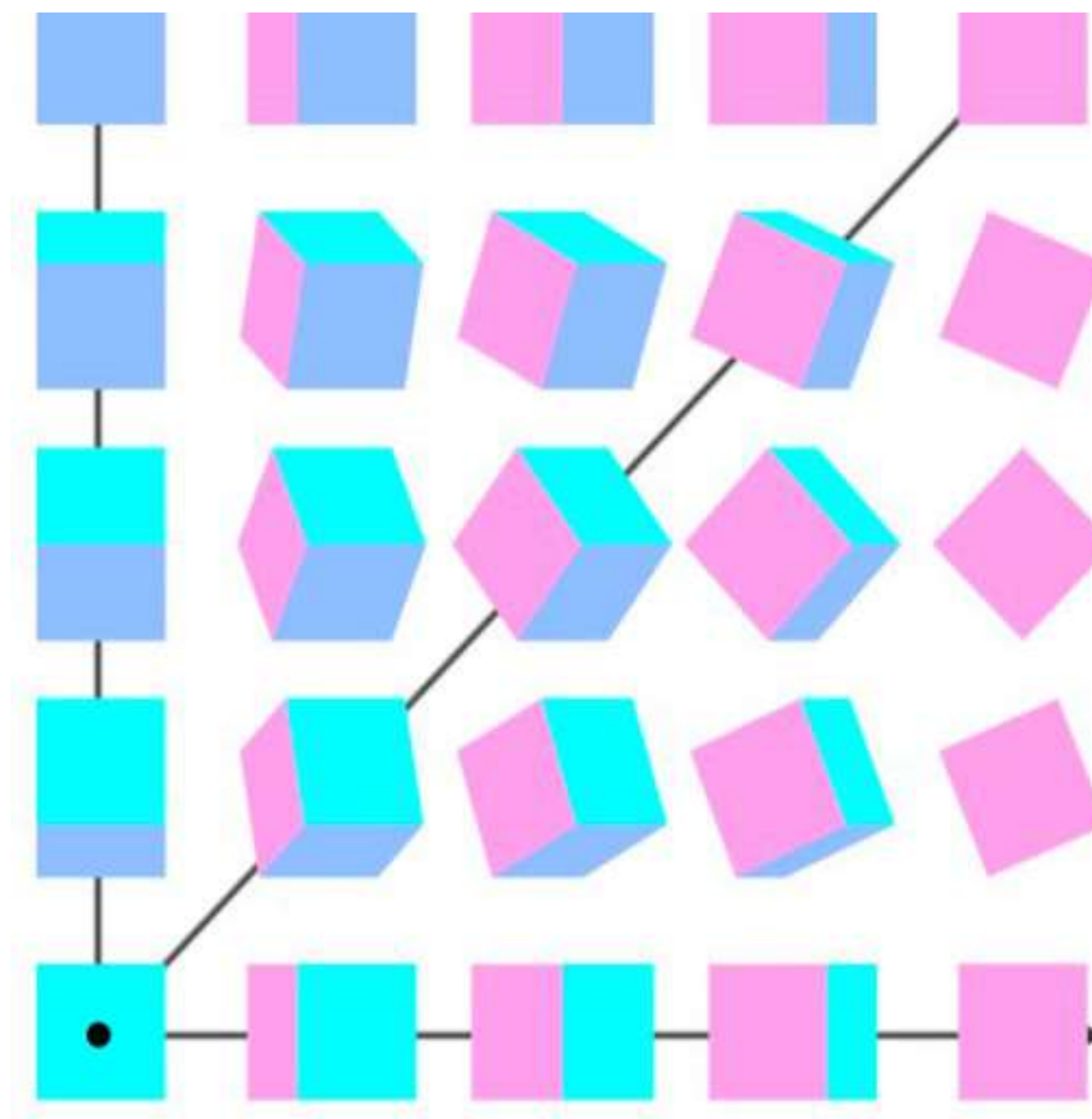
Так в чем же сила ракурса? - В возможности сделать картинку объемнее, подчеркнуть некоторые детали, сделав дополнительный акцент, усилив напряжение и так далее...



Ракурс

Ракурс - это точка зрения камеры.

В зависимости от угла съемки может меняться настроение.



Ракурс

Камера на уровне с главным персонажем - нейтральный ракурс. Его мы используем в привычной жизни каждый божий день.

Верхний ракурс - подчеркиваем незначительность.

Нижний ракурс - возвышаем, подчеркиваем объем.

Ракурс



Ракурс



Ракурс



Ракурс



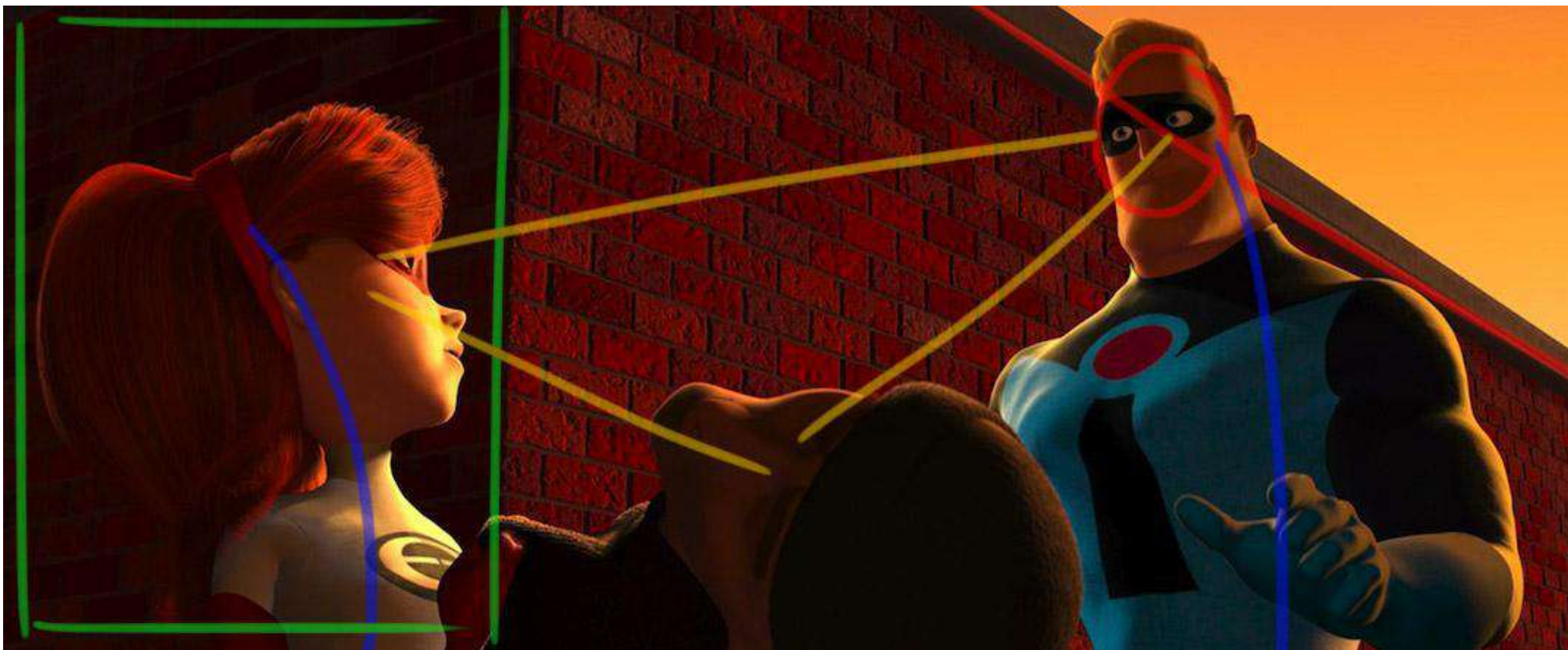
Ракурс



Ракурс



Ракурс



Ракурс



Итог

Зачем я в целом уделяю столько всему этому времени в рамках интенсива? Ведь можно было просто тебе дать следующий блок о разбивке и пустить гулять лесом?

Все просто: мне нужно дать тебе максимум инструментов, в том числе и визуальных, чтобы сформировать понимание плана действий и съемок. Мне нужно, чтоб твой взгляд был более натренированным и ты мог подмечать детали, которые не видны другим.

СОЗДАНИЕ СЕЗОНА

Создание сезонов

Мы с тобой большие молодцы, предыдущий блок преодолели. Сказать, что там море информации - ничего не сказать. Я сама пару раз закончилась, прежде чем все разложила по полочкам. Но нам еще нужно с тобой хорошенько поработать, окей?)



Создание сезонов

Значиццц смотри.

Для систематизации работы над историями я предлагаю такую иерархию элементов:

- **Сериал**
- **Сезон**
- **Серия**
- **Stories**

Тут все просто - из первого вытекает второе, из второго - третье и так далее.

Создание сезонов

Прикольно, конечно, все это, Саш, а как понять где и о чем писать-то? Снимать-то? Суть в том, чтоб применить инструменты из кино в маркетинге. **Интерпретировать их так, как нам нужно.**



Создание сезонов

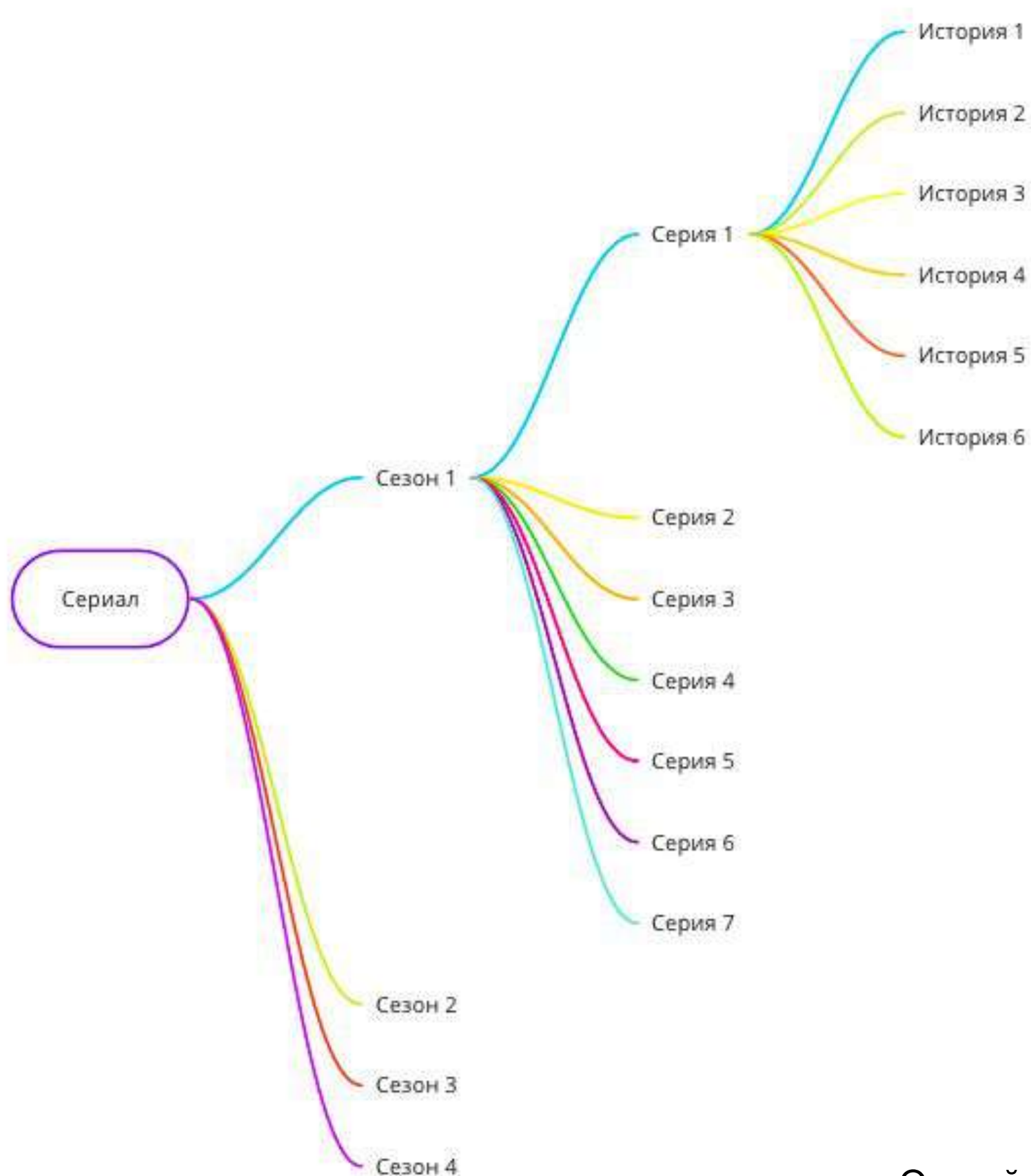
Как мы расшифровываем элементы?

- **Сериал** - период в контент-стратегии, в рамках которого нам нужно добиться определенных целей.
- **Сезон** - один из этапов контент-стратегии, возможно гипотеза, которая, как мы предполагаем, должна привести нас к результату.
- **Серия** - любая гипотеза раскладывается на небольшие этапы, шаги, последовательный пласт информации. Серия - это один из таких шагов.
- **Stories** - непосредственно единица контента, потребляя которую, человек узнает что-то.

Сложно, да? Сейчас пройдемся по примерам.

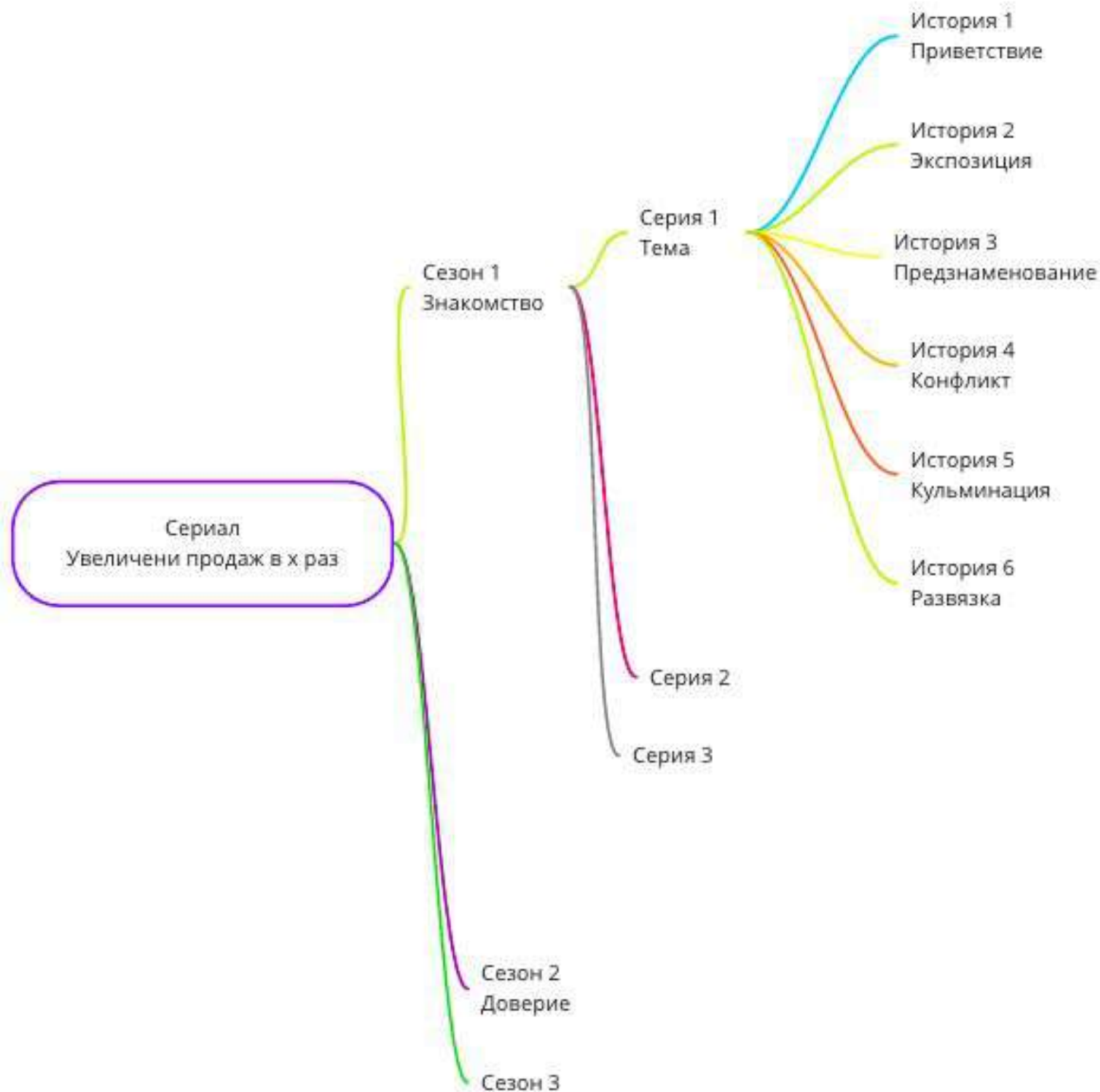
Создание сезонов

От сложного к простому, от большого к маленькому.



Создание сезонов

От сложного к простому, от большого к маленькому.



Сериал - это...

Сериал - это наша глобальная цель, к которой мы хотим прийти за год или пол года. Такие цели ставит главный маркетолог или предприниматель в тандеме с маркетологами.

Это и о перезапуске бизнеса, и о выпуске новых линеек, и о больших увеличениях продаж.

Сериал - это отдельный большой этап в бизнесе.

Сезон - это...

От сложного к простому.

Сериал декомпозируется на сезоны. У нас есть большая цель? Как мы можем к ней прийти? Какие шаги сделать? Какие этапы нужно пройти? О чем нужно рассказать аудитории? Какую ценность дать? Как прогреть, чтобы достичь желаемого результата?

Благодаря такой декомпозиции мы получаем этапы в глобальной стратегии. Этими этапами и являются сезоны.

Знаешь, на этом этапе работы немного больше, чем на всех остальных. Поэтому, если кажется сложно - расслабься, так и должно быть.

Серия - это...

Сезон состоит из серий, как мы уже выяснили. А что такое серия? Это день.

То есть, один сезон состоит из нескольких дней твоего вещания в историях. Здесь давай сразу обозначим некоторые временные рамки.

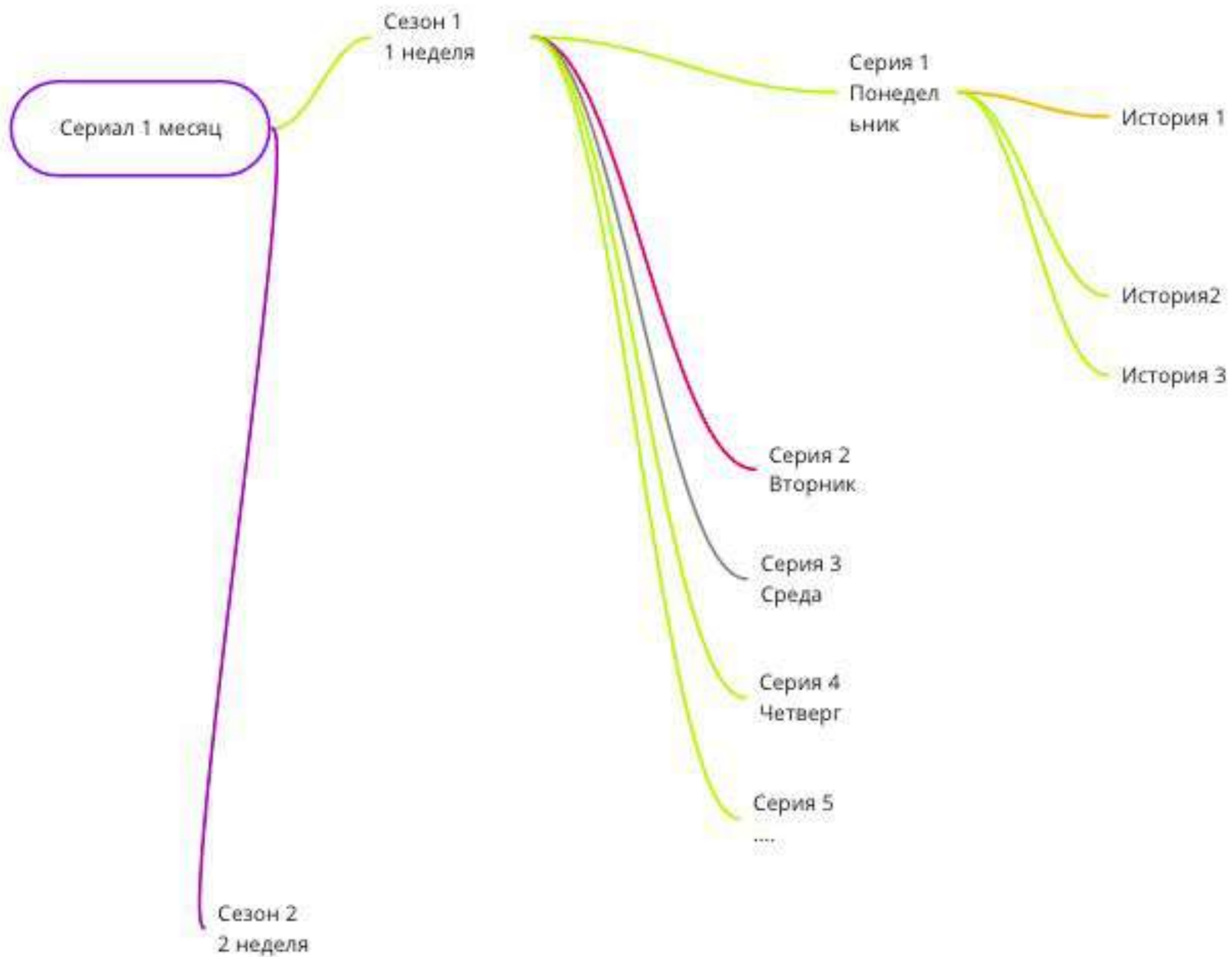


Сериал - это...

- Сериал - от 1 месяца
- Сезон - 1 неделя
- Серия - 1 день

Если помнишь. то мы обычно в стратегии ставим цели на такой период как раз. От 1 месяца и более.

Временные рамки



Серия - это...

Серия - это день, который состоит из заранее спланированных Stories. Серия - это чуть ли не самая маленькая единица в нашей эффективной работе, но очень важная. В ней складываются все наши старания.

Из последовательных серий составляется путь к достижению своих целей в использовании социальных сетей.

В сериях уже появляются и наши экспозиции, и наши персонажи.

Серия - это...

- История 1 - Экспозиция
- История 2 - Предзнаменование
- История 3 - Конфликт
- История 4 - Нарастающее действие
- История 5 - Кризис
- История 6 - Кульминация
- История 7 - Развязка

Вот так это и выглядит на практике.

Мы раскладываем событие на последовательные составляющие хорошего сюжета, добавляем персонажей, ГОТОВИМ КОНТЕНТ.

О чем рассказывать?

А вот здесь уже нужно вспоминать всю теорию по целевой аудитории, интервьюированию клиента и составлению эффективного и грамотного контент-плана.

О чем рассказывать?

Может быть такое, что в сезоне меньше 7 серий?

Да, конечно. Особенно это актуально для коммерческих аккаунтов.

Может быть такое, что могут выходить истории без такого осознанного подхода?

Конечно. Не весь контент мы можем настолько подробно и дотошно разложить.

А как мне раскладывать продажи?

А сейчас покажу :)

О чем рассказывать?

- История 1 - Экспозиция
- История 2 - Предзнаменование
- История 3 - Конфликт
- История 4 - Кульминация
- История 5 - Развязка

Есть вариант, когда последней историей может служить репост поста из ленты, который служит как-бы подытоживанием событий.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

Так вот

Скажу честно, этот интенсив - это моя собственная кульминация. Потому что я дотошно и скрупулезно систематизировала все свои знания, дополняла и обновляла их, раскладывала по полочкам, чтоб в конечном итоге представить тебе.

Далеко не самый мой простой интенсив. Тебе предстоит переваривать и переваривать такой объем информации.

Так вот

Знания - > Умение - > Навык

Сечешь, что тебе предстоит далее, после прохождения этого интенсива? Разумеется, наработка умений и навыков.

Мы с тобой рассматривали идеальные условия, когда все есть для того, чтоб вот прям с 0 выстраивать мощный объемный сторителлинг в историях.

Но фишка в том, что идеальные условия существуют только в задачках по физике из школы.

Так вот

Твоя важная задачка на будущее: развить в себе навык, видеть в обычном событии все составляющие хорошего сюжета и уметь быстро делать из этого готовую серию.

Ситуаций, когда ты сможешь вообще все напилить наперед, будет не так и много. По этой причине гибкость - это такой важный навык для любого, кто работает в маркетинге и напрямую или косвенно связан с бизнесом.

Так вот

Тебе я желаю удачи в освоении нового материала. Пусть все получится. Помни о возможности задавать вопросы в комментариях под видео. И да, пересмотреть уроки - это всегда хорошая идея.

Целую, обнимаю, твоя Саша НадМорем.

**Нет судьбы иной,
кроме той, что мы
творим себе сами.**

(с) Александра Наконечная