

Como Desenvolver Vídeos de Sucesso?



O desenvolvimento de vídeos para redes sociais tem múltiplas funcionalidades, como qualificar determinado público, segmentar interessados, elevar o nível de consciência para determinada solução (produto/serviço), criar públicos e fazer remarketing, etc.

Estas são algumas recomendações :

1. Fazer Benchmarking.

- Tenha / busque **referências**.
- Adapte o que é possível para a sua atual estrutura e mantenha o **SEU tom** de comunicação.

2. Vai contar “o quê” pra “quem”?

- Todo consumidor passa por etapas como: **inconsciente, curioso, comparador (de soluções) e comprador**. Cada etapa demanda uma comunicação diferente. O ideal é produzirmos conteúdos pensando nestes estágios, mantendo um “funil dinâmico” na linha editorial. Falo detalhadamente sobre isto no livro [Leads Compradores](#).
- Seu foco é determinada cidade (região), profissão, característica sociodemográfica de público?! Confira se isto está **claro**, não somente no vídeo, mas nas **legendas e descrições**.
- O clássico no copywriting funciona muito bem, isto é, pensar em roteiros que falem diretamente de problemas, frustrações, dificuldades do seu público-alvo (gera identificação). O seu cliente só pensa em duas coisas: **o que ele quer; e como ele vai se sentir obtendo aquilo que ele quer** (Ogilvy, D.).
- Lembre-se da compatibilidade do seu público com a comunicação audiovisual (roupas, local, circunstância - cenário, etc.).

3. Formatos e Legendas.

- Lembre-se de prover os vídeos nas resoluções **quadrado** (1080pixels) e **vertical** (1080x1920pixels), também é possível trabalhar outras resoluções como widescreen (9:16) e vertical 4:5. Confira possíveis restrições na rede social que está utilizando. Quanto ao formato, geralmente, o **mp4** é o mais popular e compatível.
- Todo vídeo que for “falado” ou possuir narração deverá ser **legendado**. Fique atento ao contraste de cores, o tamanho da fonte e tipografia, e busque posicionar as legendas mais ao centro da tela, dentro do campo direto de visão do usuário.

4. Estrutura e Roteiro (Testes - Só os Números falam a Verdade).

- Basicamente, todo vídeo é formado por **Hook** (Gancho - chame atenção nos primeiros segundos); conteúdo (mensagem a ser entregue) **punchy** - clareza de entendimento; **CTA** pro que você quiser (meta). Teste trazer o ponto **principal** do vídeo para o início, usando dele como Hook (se vemos isto com frequência no **TikTok**, é por que funciona).
- Seja simples ou mais complexo, um **roteiro dá clareza**, deixa a gravação mais rápida e com mais qualidade. Faça um plano.
- Nunca rode um **ÚNICO** anúncio, sempre tenha ao menos um **teste A/B**, independentemente do seu objetivo de campanha. Um destes sempre performará mais e dará indícios do que se pode otimizar.
- Não use** músicas COM direitos autorais para veicular anúncios. Você terá problemas!
- Ao final, quando assistir seu próprio vídeo, se pergunte: Ele **está cumprindo a proposta** inicial? Existe coerência entre o que eu espero como Resultado e a Mensagem que está sendo transmitida?

O tempo de duração do vídeo será proporcional ao nível de consciência do público-alvo, expectativa da entrega e plataforma de distribuição. **ATENÇÃO:** Este documento é apenas orientativo e não temos a intenção em esgotar o assunto. Dúvidas? Entre em contato.