

ایجاد محتوا به طور خاص برای اینستاگرام:

اکنون که ویدیوی اینستاگرام ۶۰ ثانیه به شما فرصت می دهد تا کسب و کار خود را تبلیغ کنید. می خواهید مطمئن شوید که پیام بازاریابی برند شما به طور واضح و مختصر در اینستاگرام منتشر می شود. ایجاد ویدیو به طور خاص برای اینستاگرام بسیار مهم است. زیرا یک ویدیوی اینستاگرام ۶۰ ثانیه ای (یا کمتر) با ایجاد یک ویدیوی ۳ دقیقه ای برای وب سایت یا کانال یوتیوب شما متفاوت است. بله، ویدیو کوتاه تر است، اما همچنین باید سرعت بیشتری داشته باشد تا بینندگان را تماشا کنند. به جای اینکه به راحتی فید خود را به پایین پیمایش کنید. این ویدیو از Spotify یک مثال عالی برای جلب توجه (و حفظ) سریع توجه شماست:

یکی از موفق ترین کمپین های ویدیویی اینستاگرام که دیده ایم، Vogue در Met Gala 2016 بود. آنها به جای غرفه عکس معمولی شما، یک نصب بصری شگفت انگیز ایجاد کردند و از ویرایش سریع و موسیقی جذاب برای ایجاد ویدیوهای کوتاه و جذاب استفاده کردند. که فقط می خواهید بارها و بارها تماشا کنید. در حالی که مطمئناً کمک می کند که مهمانان مشهور رویداد ستاره های ویدیو باشند. کمپین آنها نشان می دهد که با کمی خلاقیت می توانید تأثیر زیادی با ویدیوی اینستاگرام برای کسب و کار خود داشته باشید.

نکاتی برای ایجاد ویدیوهای خوب اینستاگرام:

سعی کنید محتوایی ایجاد کنید که توجه بیننده را در مدت زمانی که برای تشخیص یک عکس لازم است جلب کند. به عنوان مثال، اگر مخاطبان شما در فید اینستاگرام خود پیمایش می کنند، برای شما خوش شانس است. یک ویدیوی اینستاگرام تقریباً بلافاصله پخش می شود. جلب توجه بیننده در ۳ تا ۵ ثانیه اول بسیار مهم است، زیرا ویدیوهای اینستاگرام هنوز بخش جدیدی از پلتفرم است. و ممکن است آن چیزی نباشد که مصرف کنندگان در فید خود به دنبال آن هستند.

ویدیوی شما باید حس کنجکاوی را در بینندگان شما ایجاد کند:

تا آنها را به تماشای ادامه دهند. یک راه عالی برای رسیدن به این هدف از طریق حرکت و تحریک بصری که توجه بینندگان را به خود جلب می کند.