

## VÍDEO PROMOCIONAL - Guia

El vídeo és una peça audiovisual que ha de servir per a presentar i informar sobre un producte o servei o, simplement, per a donar a conèixer l'empresa d'una manera visual i cridanera.

Fer una presentació general de l'organització amb un vídeo corporatiu és perfecte per il·lustrar la pàgina d'inici d'un web o per mostrar la companyia a possibles inversors o clients. Cal tenir present quin objectiu tenim i quin és el missatge que es vol transmetre, i fer-ho de manera clara i concisa.

Un bon vídeo promocional és més important del que creiem i pot ser una bona manera per a diferenciar-nos de la competència i fer una cosa diferent.

### Pas 1: Identifiquem l'objectiu i el missatge. Què volem dir i com?

Quin és l'objectiu concret que volem aconseguir amb el vídeo?: Vendre un producte o servei concret? Donar a conèixer la nostra empresa en general? Crear una necessitat? Incidir en els valors? Visualitzar el que ens diferencia de la nostra competència?

Ara és moment de pensar en el nostre anunci i, per això cal que definim quin és el missatge que volem transmetre i quins valors volem que denoti el vídeo que farem.

**Missatge:** Després de definir l'objectiu és molt important definir quines són les idees clau que l'empresa vol transmetre i escollir un únic missatge que dirigeixi la creació del vídeo.

Una guia senzilla a seguir podria ser: (el producte/servei o empresa) ajuda a (el tipus de públic al qual ens volem dirigir) a aconseguir (el tipus d'èxit, valor, fita...)

Hem de mostrar la marca sent fidels a l'empresa i mostrant el que la caracteritza i la diferencia de la competència, tenint en compte els objectius que volem assolir i, sobretot, el públic objectiu al qual volem arribar.

**Format:** L'elecció del format vindrà determinada pel tipus de producte que oferim, escollir un format adequat serà primordial per l'èxit de l'anunci. Alguns exemples de format són:

- Anunci promocional
- Vídeo entrevista
- Vídeotutorial del producte, etc.
- Vídeo d'història
- Vídeo d'humor

### Pas 2: Segment de població/Públic objectiu/Clients potencials

A qui va destinat el nostre producte, servei o projecte? Depenent a qui va destinat allò que oferim-farem un tipus de vídeo o un altre. No és el mateix fer publicitat per a infants que per a un segment de població de persones vegetarianes.

**To:** Un cop tinguem clar què és el que volem explicar, és l'hora de començar a plantejar de quina manera ho transmetrem, i un dels aspectes a tenir molt en compte és el to que utilitzarem: seriós, divertit, informal, etc., tenint sempre present la imatge que volem donar, segons el tipus de públic i l'ús que ha de tenir el vídeo.

**Estètica:** Un cop definit el to, hem de definir l'estètica general del vídeo que volem transmetre a l'espectador i amb quin llenguatge hi podem arribar millor. Si hi apareixen personatges, haurem de tenir en compte com han d'anar vestits o caracteritzats.

### Pas 3: Guió

**Cerca de referents:** Abans d'afrontar el moment de dissenyar un vídeo promocional, és bo que fem una mica de cerca de referents. Per a fer-ho sempre és una bona idea veure què és allò que han fet altres professionals o empreses del mateix sector. Tot i que en el nostre cas farem un vídeo, ens podem inspirar en tota mena de material publicitari per fixar-nos quin llenguatge, to, continguts, conceptes o valors s'utilitzen.

**Guió del vídeo promocional:** Finalment ens enfrontarem al guió. Per generar un vídeo promocional hem de saber explicar una història.

Si tenim un argument sòlid, les següents passes seran molt més fàcils. Això vol dir que hem d'aplicar una estructura que porti l'espectador cap allà on volem que vagi. Si ens centrem a oferir una narració plana, no hi haurà ritme i el vídeo serà avorrit. Cal afegir elements que siguin canviants i que vagin oferint nous punts de vista o nova informació a l'espectador.

Recordeu que no cal explicar-ho tot. Cal triar molt bé de què parlarem i, sobretot, què deixarem fora, aquest és un dels factors més difícils, però més efectius, que has de tenir en compte.

Un exemple de guia senzilla per desenvolupar l'argument del guió podria ser:

1. Introduïm la manca o la necessitat que hem detectat
2. Expliquem com el nostre producte/servei/projecte ho resol o soluciona
3. Afegim aquelles idees clau o informació que acompanyi els punts 1 i 2 o que facin de transició.
4. Tanquem el vídeo amb una crida a l'acció clara i senzilla (compra, inscriu-te, vine...)

**Estil:** Hi ha diferents estils, però alguns dels més representatius són:

- Estil publicitari: Amb frases més directes i donant més importància a la crida a l'acció. Què volem que faci l'espectador després de veure el vídeo: comprar?, visitar el web?
- Estil informatiu: Respon a la clàssica estructura Qui-Què-Com-Quan-Per què. No cal que quedin respostes totes les preguntes, però sí a una part d'elles.
- Estil documental: El més complex de fer, però si es fa bé pot ser el més efectiu. Explica una història i pot tenir algun toc cinematogràfic que pot aportar una dosi extra d'imatge corporativa.

En qualsevol cas, intenteu que l'estructura lingüística sigui simple i concisa, frases curtes i un estil directe, sense floritures.

**Tècnica:** La decisió sobre la tècnica o tècniques que farem servir serà definida per l'estil de guió que hàgim decidit, però també pel que hàgim valorat en els passos 1 i 2.

Algunes de les opcions són:

- Imatges reals: Veiem imatges gravades de l'empresa i els seus treballadors.
- Testimonials: Declaracions de treballadors, directius o clients.
- Imatges d'estoc: Utilitzar imatges o vídeos de llibreries digitals.
- Amb actors: Comptar amb figurants o actors que protagonitzin el vídeo.
- Animació: Utilitzant tècniques com el motion graphics o la stop-motion.

Tinguem en compte que depenent del tipus d'empresa, producte o servei que oferim, serà recomanable utilitzar una tècnica o una altra, o potser fer-ne servir més d'una. Per exemple, l'animació és una tècnica excel·lent per vídeos explicatius per la capacitat que té de mostrar idees o conceptes, les imatges reals d'un director o treballador de l'empresa dirigint-se al client evoca professionalitat i confiança...

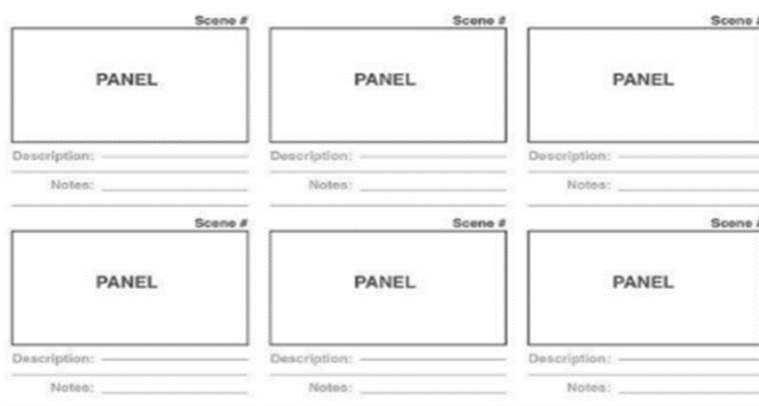
## Pas 4: Guió gràfic - Story board

Hem de definir quines imatges i escenes apareixeran i en quin ordre. En aquest cas, al ser un exercici educatiu, no cal que totes les imatges que useu siguin gravades per vosaltres, podeu agafar fragments d altres vídeos.

La pauta principal que hem de seguir és que cada esdeveniment important, cada idea clau, ha de tenir almenys una miniatura gràfica amb notes que descriguin el propòsit de l escena i l impacte en la següent.

Preparar l storyboard et dona una sèrie d avantatges per assegurar una bona gravació:

- Millora la comunicació amb tots els implicats en la creació del vídeo
- T'ajuda a planificar la filmació i l'edició de manera més productiva
- T'ajuda a escollir les imatges, animacions o gràfics que vols fer servir per a cada idea clau.
- T'ajuda a fer les transicions per enllaçar les imatges i l'àudio i donar-li sentit al ritme.



## Pas 5: Crear o reunir material i Recursos necessaris

Un aspecte importat per fer el vídeo és tenir en compte els recursos i material que necessitem: espais interiors o exteriors si hem de gravar, material tècnic (trípode, pal de selfie, llums, attrezzo...), quines eines d edició de vídeos coneixem i hi tenim accés... Depenent del tipus de vídeo que vulguem fer tindrem unes necessitats o unes altres, valorem el que necessitem i preparem-ho abans de gravar i d editar el vídeo:

**Localització:** Si heu de gravar vosaltres, és important que trobeu un lloc adequat per fer-ho, interior o exterior, una bona localització dona credibilitat al que esteu dient.

**Il·luminació:** Si graveu a l'exterior, heu de vigilar els canvis d'il·luminació, les ombres i els contrallums. (si us moveu d'escenari o si feu la gravació en diferents hores del dia o dies diferents). Si graveu en interior, sempre és millor que hi hagi llum natural, però si no és possible, jugueu amb la il·luminació per donar el caliu i l estil que busqueu.

**Imatges:** Generalment, un vídeo està fet amb imatges gravades en moviment, però també es poden utilitzar altres tipus de recursos com les fotografies o les animacions, per exemple:

- Si el que heu de presentar és una aplicació de software o un procés de reserva o inscripció, un vídeo gravat de pantalla fent una demostració ràpida en pantalla pot ser una bona opció.

- Les fotografies poden estar justificades si es parla d història i no és possible gravar en moviment, però si aquest no és el cas més val que les evitem, ja que poden provocar el desinterès de l espectador.
- Les animacions s'acostumen a utilitzar més per a vídeos de producte i han anat guanyant terreny en els últims anys gràcies a aplicacions que fan molt senzill elaborar-les, però hem de tenir en compte que si les utilitzem, és encara més necessari fer un bon guió.

**Música i So:** És importantíssim un so de bona qualitat i que s entengui tot perfectament, sobretot si hi ha veu (monòlegs, diàlegs o veu en off). Encara que sembli una obvietat, el so és un dels elements més imprescindibles de qualsevol vídeo i ens serveix per acompanyar, emfatitzar i fer transicions, pensem bé què ens fa falta i preparem la o les pistes de so que necessitem:

- So ambient: A vegades es treu el so ambient de les imatges gravades i es substitueix per música. Quan es fa això es perd el matís que ofereix la veu de les persones de fons, el so dels ocells, o de les màquines en funcionament.
- Música: La tria de la música és molt rellevant perquè reforça el missatge d'una manera molt potent i pot ajudar a emfatitzar alguns moments del vídeo, això sí, cal tenir present que la música i les imatges han d'anar sempre en la mateixa direcció. És a dir que, si comptem amb imatges espectaculars les podem acompanyar amb música èpica, però, si no és el cas, millor utilitzar una música no tan emotiva.
- Veu en off: Si tenim un bon text, la veu en off s'encarregarà d'enaltir-lo. La veu reforça el missatge i complementa les imatges.

## **Pas 6: Editar el vídeo**

Un cop tinguem tots els clips de vídeo i àudio gravats i les imatges o el que hàgim decidit que han de sortir recopilats en un sol lloc, és el moment d editar, és a dir, muntar-ho tot en una mateixa pista i fer les transicions incloent-hi els títols i textos.

Recordeu que el vídeo ha de ser el més curt, dinàmic i atractiu possible. Seguiu l storyboard per organitzar-lo i assegurar-vos que les transicions de les imatges s alineen amb les veus o altres sons, quan toca.

Un bon muntatge donarà ritme a tot plegat, que és el que fa que l atenció de l espectador no decaigui en cap moment.

Un cop muntat, repasseu que el so sigui correcte, que les transicions siguin àgils i que el conjunt queda tal com havíeu imaginat.

## **Indicacions tècniques i lliurament del vídeo**

- Gravar i muntar el vídeo en **horitzontal a 1920 x 1080 pp**
- Recordeu que el vídeo **no pot superar el 100MB**
- El vídeo ha de tenir una **durada màxima d'un minut**.

**Ara sí... Agafeu tota la vostra creativitat i poseu-la en marxa!**