

Indice

Premessa di <i>Cosmano Lombardo e Giorgio Taverniti</i>	pag.	13
1. Introduzione	»	15
1.1. Perché questo libro	»	15
1.2. Se pensi di sapere tutto sui video questo libro non fa per te	»	18
1.3. I numeri dei video e il loro enorme potere	»	19
1.4. L'unica grande ragione per cui scrivere un post non è come girare un video.....	»	22
1.5. Come deve essere strutturato un video per funzionare?.....	»	25
1.6. Perché non otterrai un video vincente semplicemente chiamando un videomaker.....	»	28
2. I 6 modelli per realizzare video di successo e le strategie vincenti per farli funzionare	»	35
2.1. Di quale video hai bisogno? Crea video che funzionano utilizzando i 6 modelli di video strategici.....	»	35
2.2. Partire con il piede giusto: come realizzare video di personal branding per comunicare autorevolezza e diventare il leader del tuo settore	»	38

2.2.1. Se vuoi fare video di personal branding inizia con lo stabilire il format che ti rappresenta.....	»	40
2.2.2. Il consiglio da seguire per realizzare un video di personal branding vincente	»	42
2.2.3. Focalizzati su te stesso e su quello che hai da dire	»	43
2.2.4. Tutto ciò che ti circonda: sfondo ed elementi grafici	»	44
2.2.5. Com'è strutturato un video di personal branding.....	»	46
2.3. Stai creando un nuovo prodotto? Hai un'attività da lanciare o un evento da promuovere? Scopri come sfruttare i video teaser per incuriosire i tuoi clienti e prepararli ad acquistare	»	49
2.3.1. I 3 elementi fondamentali che rendono un video teaser efficace.....	»	50
2.3.2. Un esempio di video teaser per aiutarti a scegliere le riprese per il tuo prossimo video.....	»	52
2.4. L'importanza del video storytelling per raccontare la storia della tua attività e creare una connessione emotiva con i tuoi clienti.....	»	56
2.4.1. La formula dello storytelling per creare video indimenticabili	»	57
2.4.2. Come costruire una storia emozionante da condire con musica, immagini e parole.....	»	58
2.4.3. Il bello delle storie è che ne puoi raccontare all'infinito.....	»	62
2.5. Vuoi descrivere un prodotto e il modo in cui può essere utilizzato? Con i video dimostrativi puoi fare tutto questo e convincere i tuoi clienti ad acquistare	»	63
2.5.1. Come donare vita a un prodotto freddo e immobile grazie alle luci.....	»	64
2.5.2. Descrivere il contesto di utilizzo di un prodotto utilizzando musica, voce e parole.....	»	66
2.6. Da studente a cliente: come utilizzare i video formativi per insegnare il tuo lavoro (e monetizzare).....	»	68
2.6.1. L'anima dell'insegnante all'interno dei video formativi	»	69
2.6.2. Gli aspetti tecnici dei video formativi	»	71
2.6.3. Perché è fondamentale programmare un corso prima di premere rec	»	73
2.7. Fai partire il passaparola online raccogliendo una video testimonianza da ogni cliente felice del tuo lavoro	»	75

2.7.1. La pagina di vendita è la casa della video testimonianza....	»	77
2.7.2. Le 5 regole da seguire per ottenere delle testimonianze in grado di soddisfare i dubbi dei tuoi potenziali clienti.....	»	77
2.7.3. Come concentrare l'attenzione dello spettatore sul testimone video ed evitare noia e distrazione.....	»	79
2.7.4. Conclusione importante: quando chiedere una video testimonianza	»	82
3. Gli elementi magici da utilizzare per creare video persuasivi che bucano lo schermo	»	85
3.1. Oltre la strategia: gli elementi che rendono ogni video unico	»	85
3.2. Organizzazione.....	»	87
3.2.1. Come creare un format che ti renda riconoscibile al primo colpo d'occhio.....	»	88
3.2.2. Stabilire durata e ritmo dei video per non annoiare chi ti guarda.....	»	90
3.2.3. Programmare la produzione video secondo un calendario editoriale.....	»	93
3.2.4. Come trovare gli argomenti per i tuoi video quando non hai idee	»	96
3.2.5. Organizzare il lavoro per ridurre al minimo i tempi di produzione.....	»	99
3.2.6. Creare una scaletta di registrazione o uno storyboard da seguire.....	»	101
3.2.7. Perché inserire una call to action al termine di ogni video	»	103
3.3. Riprese	»	105
3.3.1. Gli elementi indispensabili per una location ideale.....	»	105
3.3.2. Gli errori da non commettere nella scenografia	»	107
3.3.3. Come creare l'atmosfera giusta grazie alle luci	»	109
3.3.4. Il portamento che occorre tenere durante le riprese	»	112
3.3.5. Come riprendere due persone durante un'intervista utilizzando un'unica telecamera	»	114
3.3.6. Tre effetti video da utilizzare durante le riprese.....	»	116
3.3.7. Come scegliere l'attrezzatura giusta da acquistare	»	118
3.4. Montaggio.....	»	120
3.4.1. Come gestire i tagli per non stancare chi ti guarda.....	»	121
3.4.2. Trucchi di premontaggio per realizzare un montaggio veloce	»	123

3.4.3. La caratteristica base che deve avere un programma di video editing.....	»	124
3.5. Post-produzione	»	126
3.5.1. Selezionare e acquistare i brani musicali per il tuo video ...	»	126
3.5.2. Come utilizzare gli elementi grafici per distinguersi dagli altri	»	128
3.5.3. Le indicazioni da dare a uno speaker per creare il tuo voice over	»	130
3.5.4. La fase finale di esportazione video.....	»	133
4. Dove caricare i tuoi video per ottenere la massima copertura (anche grazie alla pubblicità)	»	139
4.1. Piattaforme video a confronto: una guida per orientarsi	»	139
4.2. YouTube non è un semplice contenitore per i video, ma è lo strumento ideale per farsi trovare da chi ha un bisogno...	»	140
4.2.1. Sfruttare al 100% YouTube con video, canali e playlist	»	142
4.2.2. Caricare e ottimizzare un video per YouTube.....	»	143
4.2.3. Impostazioni aggiuntive per i video e Creator Studio	»	146
4.2.4. Utilizzare Google AdWords per fare pubblicità su YouTube utilizzando i video.....	»	147
4.3. Quando e perché utilizzare Vimeo al posto di YouTube per la propria attività	»	149
4.4. La sfida lanciata da Facebook e Instagram: conquistare in pochi secondi l'attenzione del tuo cliente	»	152
4.4.1. Le caratteristiche vincenti di un video Facebook.....	»	153
4.4.2. Prima di caricare un video su Facebook rifletti su quello che vuoi fare.....	»	155
4.4.3. Le differenze fra Instagram e Facebook.....	»	156
4.4.4. La pubblicità su Facebook e su Instagram.....	»	157
5. Aspetti legali della produzione video	»	163
CONCLUSIONE	»	167