



SNEMANJE IN UREJANJE

TIKTOK VS.

INSTAGRAM REELS

+10 BONUS IDEJ ZA VIDEO

-MNGK.



Zakaj so video vsebine sploh pomembne?

Priprava kakovostnih, dinamičnih in zanimivih video vsebin je za podjetja postala izredno pomembna. Če želiš ohranjati pozornost uporabnikov družbenih omrežij in če želiš, da tvoje podjetje postane opazno, se jih moraš lotiti, ker ...

- Video vsebine imajo visoko stopnjo vključenosti občinstva. Gledalci se lažje povežejo z dinamičnimi kot pa s statičnimi vsebinami in se dlje časa zadržijo na tvojem profilu.
- TikTok je postal pomemben igralec v poslovnem svetu. Podjetjem omogoča širši doseg in povečuje prepoznavnost blagovne znamke povsem brezplačno in organsko.
- Podjetja se vse bolj obračajo k večkanalnemu pristopu, kjer uporabljajo več različnih platform za doseg različnih ciljnih skupin. Video vsebine so ključnega pomena za učinkovitost večkanalnega trženja.
- TikTok in Instagram še naprej diktirata trende v svetu video vsebin. Podjetja, ki sledijo tem trendom, lahko bolje pritegnejo pozornost občinstva.
- Iskalniki, kot je Google, vedno bolj cenijo video vsebine. Pravilno optimizirane video vsebine lahko pripomorejo k boljšemu uvrščanju na spletnih iskalnikih.

Dobro posnete in urejene video vsebine bodo povečale prepoznavnost tvoje blagovne znamke, izboljšale tvojo interakcijo s strankami, povečale konverzije in ti omogočile globljo povezavo z želeno ciljno skupino. To postavlja pripravo kakovostnih video vsebin v ospredje marketinških strategij čisto vseh podjetij.

Videoposnetki naj se razlikujejo glede na platformo ali družbeno omrežje, na katerem jih boš objavila!

Platforma, ki kraljuje z video vsebino, je brez dvoma TikTok. Ker je video vsebina na tem družbenem omrežju tako popularna in ker ima TikTok vse več uporabnikov, je tudi Instagram (kot TikTakov konkurent) pričel vse bolj preferirati video objave – poznamo jih pod imenom Instagram Reels.

Oboji so uporabni za različne tipe vsebin: od zabavnih in lahkotnih do izobraževalnih. Pri obeh je ključno, da so posnetki unikatni, kreativni in da izstopajo. Lahko so krajši ali daljši, a pri slednjih se moramo ekstra potruditi, če želimo, da si jih naši sledilci pogledajo do konca. Kljub temu ima vsaka od platform svoje zakonitosti. Zato moraš z video vsebino pristopati drugače glede na platformo, na katero boš video objavila.

Za obe platformi upoštevaj naslednje:

1. Posnetki naj bodo kratki – če snemaš daljše, poskrbi, da boš obdržala gledalčevo pozornost (to lahko storiš z vsebino ali (nepričakovanimi) vizualnimi efekti).
2. Dodaj primerno glasbo – obe platformi ponujata glasbeno knjižnico, iz katere lahko izbiraš (veliko prebivalcev Slovenije, ki uporabljajo Instagram, še vedno nima na voljo glasbe znotraj Instagram Reels).
3. Video efekti so nujni – kreativni efekti, filtri, uporaba orodja za urejanje in popravljanje kvalitete ter grajenje na vizualni privlačnosti posnetka je nujno!
4. Privlačna vsebina s ciljem – od uporabnikov moramo dobiti pozornost in jih nagovoriti ne glede na našo strategijo v ozadju. Vedno moramo biti jasni, kaj želimo, da uporabnik naredi po ogledu naše video objave.
5. Dobra kvaliteta, svetloba in zvok.
6. Produkti naj bodo predstavljeni na zanimiv način – pri videoposnetkih je dinamika in uporaba različnih zornih kotov snemanja zelo pomembna!
7. »Hook« - vsak video mora vsebovati »hook«, to je začetek, ki zagrabí gledalčevo pozornost v prvih 2–3 sekundah. Lahko je vizualni ali vsebinski.
8. Na video zapiši besedilo oz. podnapise – vedno, kadar v video objavi govoriš, dodaj podnapise ali dopiši vsebino, ki jo govoriš. Veliko ljudi ima pri gledanju posnetkov ali objav na družbenih omrežjih izklopljen zvok.
9. Jasen CTA (call to action) – na koncu vsake video objave povej, kaj želiš, da gledalec videa stori (všečka, komentira, deli objavo, ti prične slediti, obišče tvojo spletno stran ali kaj drugega).
10. Storytelling – v video vsebini povej zgodbo in vsebini dodaj vrednost.

Pri snemanju video vsebin moraš imeti v mislih, da imata TikTok in Instagram Reels vsak svoje zakonitosti in s tem tudi razlike:

Element/Platforma	TikTok	Instagram Reels
Trendi in izzivi	Sodeluj v TikTok trendih in izzivih ter uporabi popularno glasbo ali lasten audio.	Spremljaj in sodeluj v aktualnih trendih na Instagramu. Velikokrat gre za enake trende kot na TikToku, ki na Instagram pridejo malce kasneje.
Stil	Stil objav na TikToku je spontan, uporabiš lahko veliko »surove« vsebine. Uporabniki TikToka zelo cenijo iskrenost. Prikaži realno stanje in bodi avtentična. Lahko se lotiš zabavnih in lahkotnih vsebin, če pa se odločiš za izobraževalne in poučne, pa poskrbi, da bodo vsebovale dodano vrednost. Če želiš v posnetku prikazati svoj vsakdanjik ali kako poteka dan v tvojem podjetju, naj ta ne bo olepšan, ampak resničen. Uporabniki TikToka zelo cenijo transparentnost, izvirnost in kreativnost.	Stil objav na Instagramu še vedno temelji na vizualni estetiki. Video objave so lahko prav tako lahkotne, poučne ali pa prikazujejo tvoje izdelke, le da moraš tukaj poskrbeti še, da bodo video vsebine vizualno prijetne na pogled. Izdelke in svoje podjetje na Instagram Reelsih prikaži v najlepši luči, kar pa velja tudi za ostale tipe objav na tej platformi.
Vizualni aspekt	Video vsebine, ki pritegnejo pozornost, lahko so nenavadne, a pomembno je, da preko njih ne prodajaš neposredno .	Prisotna moč vizualne podobe in visoke kakovosti, privlačne estetske vsebine.

Če boš za objavo na TikToku posnela video, pazi, da ne boš le snemala izdelkov in se osredotočala na prodajo skozi video, ampak z njimi ustvarjala zgodbo. Instagram Reel je lahko iz tega vidika bolj prilagodljiv, saj bodo uporabniki Instagrama tvoje video objave, kjer samo prikažeš svoje izdelke, sprejeli nekoliko boljše kot uporabniki TikToka, ki od tebe zahtevajo več. V obeh primerih poskrbi, da bodo izbira vsebine ter načini snemanja in urejana videoposnetkov skladni s tvojo znamko, zastavljenimi cilji in tem, kaj občinstvo na določeni platformi gleda in pričakuje.

Razlike med TikTokom ter Instagram Reelsi lahko določimo tudi iz tehničnega vidika in značilnosti obeh platform:

	TikTok	Instagram Reels
Demografija občinstva	Mlajši, generacija Z, vedno več pa je tudi uporabnikov nad 30 let.	Širši demografski razpon.
Dolžina video objav	15 sekund–3 minute	15–60 sekund
Algoritem	Vsebina je hitro prikazana širši publiki, tudi tistim, ki nam ne sledijo. Novi ustvarjalci so lažje in hitreje vidni, brezplačno in organsko dosežemo velike množice. Algoritem je hiter in učinkovit, uporabniki nenehno odkrivajo nove objave.	Objave se največ prikažejo tistim, ki so kot tvoji sledilci najbolj aktivni in v stiku s tabo in tvojimi objavami. To pomeni, da ni nujno, da bodo vsi tvoji sledilci sploh videli novo objavo.
Platforma	Nudi možnost objav v obliki video vsebine, lahko pa objavimo tudi fotografije, a spet v obliki videoposnetka.	Kot Reels objave lahko objavljamo na Instagram tako fotografije kot videoposnetke.

	TikTok	Instagram Reels
Uporabniška izkušnja	Drsenje uporabnika čez zaslon z neskončno video vsebinami, ki jih nikoli ne zmanjka (»for your page« razdelek za odkrivanje novih posnetkov).	Tradicionalen feed format s Storyji na vrhu, objave, ki nam jih prikaže, pa se lahko ponavljajo.
Prikazana fotografija video objave	Objavljen TikTok posnetek se na tvojem feedu prikaže kot dinamičen del izseka video objave, lahko pa nanj dodaš tudi napis, ki bo prikazan le na predogledu posnetka na tvojem feedu. Po novem lahko prikazan del objavljenega TikToka na svojem feedu tudi spreminjamo.	Prikazana fotografija Reelsov na tvojem feedu je lahko slikovni izsek objavljenega posnetka, lahko pa kot prikazano fotografijo naložiš kakšno drugo. Prav tako jo lahko zamenjaš tudi po objavljenem Reelsu.

Preden se lotiš snemanja video vsebin, si pripravi načrt in se odloči, za katero platformo ga ustvarjaš. Video prilagodi publiki, prisotni na tej platformi. Morda boš morala prilagoditi tudi stil snemanja, ki je značilen za določeno platformo. Ne pozabi – za podjetja sta učinkoviti obe platformi, a ti odločaš o svojih ciljih.

Orodje Capcut dela čudeže!

CapCut je mobilna aplikacija za urejanje videoposnetkov, ki jo je razvilo podjetje Bytedance, isto podjetje, ki je ustvarilo TikTok. CapCut je zmogljivo orodje za urejanje videoposnetkov, ki ga lahko uporabljamo za pripravo vsebin za družbeno omrežje TikTok ali druge platforme. Aplikacija omogoča uporabnikom, da ustvarjajo in urejajo videoposnetke z različnimi funkcijami in orodji. Do aplikacije lahko dostopamo tudi na računalniku, kjer si jo lahko prenesemo ali pa videoposnetke urejamo neposredno na spletni strani [capcut.com](https://www.capcut.com)

Osnovne funkcije in možnosti, ki ti jih ponuja CapCut:

1. Urejanje videoposnetkov: CapCut ti omogoča temeljito urejanje videoposnetkov. Kot uporabnica lahko videoposnetke režeš, združuješ, jim dodajaš učinke, filtre, besedila in glasbo.
2. Dodajanje glasbe in zvoka: Aplikacija ti omogoča enostavno dodajanje glasbe iz njene knjižnice ali iz tvoje lastne glasbene zbirke. Dodajaš lahko tudi zvočne učinke in snemaš lastne zvočne posnetke.
3. Ustvarjanje in dodajanje besedila: CapCut ti ponuja številne možnosti za dodajanje besedila. Izbiraš lahko med različnimi pisavami, barvami in animacijami.
4. Uporaba filtrov in učinkov: Aplikacija ima bogato paleto filtrov in učinkov, ki jih lahko dodaš svojim videoposnetkom, ki s tem postanejo bolj dinamični ali vizualno bolj estetski.
5. Hitro in enostavno deljenje: Ko je urejanje končano, lahko svoje videoposnetke enostavno deliš na različnih platformah oz. družbenih omrežjih, jih uporabiš za oglaševanje oz. druge namene ali jih samo shraniš v galerijo.
6. Orodja za montažo: CapCut vključuje orodja za montiranje, s katerimi lahko ustvariš profesionalne videoposnetke.

V tečaju Snemanje in urejanje videoposnetkov z brezplačnim orodjem CapCut smo se naučili naslednje nasvete in trike, ki jih lahko uporabiš, ko boš ustvarjala video vsebino za svoja družbena omrežja, oglaševanje ali druge namene:

Ime	Opis
Izbris CapCut logotipa	Vsak projekt, ki ga ustvarjaš v mobilni aplikaciji orodja CapCut, ima na koncu avtomatsko dodan logotip – ne pozabi ga odstraniti.
Mobilna in desktop aplikacija ter spletno urejanje	Mobilna aplikacija je najbolj priročna, hkrati pa tudi najbolj funkcionalno bogata.
Text-to-speech ali text-to-song	AI glas, ki bere ali poje naše besedilo
Match cut	Izmenjava klipov glede na ritem glasbe
Overlay videos	Video 1 v videu 2 – primerno za tečaje, delavnice in podobno

Ime	Opis
Green Screen	»Zelen« (transparenten) zaslon
Keyframe	Dinamično približevanje
Auto-captions	Podnapisi
Jump Cuts (dramatičen zoom)	Dramatičen zoom
Tracking	Sledenje elementa posameznemu predmetu

+BONUS: 10 IDEJ ZA VIDEO VSEBINO, KI JIH LAHKO UKRADEŠ

1. Spakiraj naročilo z mano – te vsebine so iz nekega razloga izredno gledane in popularne. Deli naročilo, ki si ga prejela (in pri tej zakrij podatke stranke) ter posnemi celoten potek pakiranja.
2. "Satisfying video" – v zadnjem času smo priča izrednemu porastu video vsebin, ki gledale zvočno ali vizualno "zadovoljijo", izredno popularne so ASMR vsebine ali vsebine, kjer iz "nereda" ustvarimo "red".
3. Dan v tvojem življenju – popelji sledilce skozi svoj dan. Morda se ti bo sprva zdelo, da to ne bo zanimalo nikogar, a zagotovo boš presenečena nad ogledi. Predstavi, kako poteka tvoj običajen dan. S tem boš tudi počlovečila svoje podjetje in znamko, sledilci pa bodo spoznali osebo, ki stoji za logotipom.
4. Storytelling oz. pripovedovanje zgodb – video vsebino uporabi, da poveš zgodbo. Lahko posnameš sebe in v kamero govoriš ali pa se odločiš za video ali fotografski prikaz dogajanja. Zgodbe, ki jih t.i. neznanci delijo na TikToku, so izredno priljubljene in gledane. Uporabniki družbenih omrežij obožujejo zanimive zgodbe, ti pa boš preko njih imela dodatno možnost, da se povežeš s sledilci. Zgodba, ki jo deliš, je lahko osebna ali vezana na podjetje. Lahko deliš tudi nekaj, kar se ti je zgodilo, ne da se sama pojaviš pred kamero, če ti bo tako lažje. Zgodba naj bo nenavadna, čudna, šokantna in naj vsebuje uvod, jedro in zaključek. Da pritegneš gledalce, povej zaplet zgodbe že na začetku.
5. Zaodrje (BTS = Behind-the-Scenes) – prikaži, kaj se dogaja v zaodrju tvojega podjetja. Pokaži utrinke vsakdanjega življenja, dogajanje v pisarni ali proizvodnji. Prikaži, kaj počneš v podjetju ali deli kakšen kreativen proces.

6. Odgovori na komentar v novem videoposnetku – do sedaj si lahko to počela preko nove video objave na TikToku, to možnost pa je preko Storyjev nedavno dodal tudi Instagram. Izbereš komentar pod svojo prejšnjo objavo in nato izbereš možnost odgovora nanj z videoposnetkom.
7. Poveži aktualno ali sezonsko tematiko s svojim podjetjem – na primer v prazničnem času lahko svoje izdelke/storitve predstaviš kot darilo.
8. Trendovska vsebina – z le 10-minutno aktivnostjo na družbenem omrežju (TikTok) boš ugotovila, kaj je v nekem trenutku popularno. Sledi tem trendom in se jih udeleži. Za dodatno pozornost med gledalci jih lahko prilagodiš po svoje.
9. Hitri triki – deli hitre in zanimive nasvete. Ni nujno, da so povezani s tvojim izdelkom/storitvijo, naj pa bodo vseeno del tvoje branže. Če se na primer ukvarjaš z masažo, deli hiter nasvet, kako si pomagati po dolgotrajnem sedenju. Prilagodi idejo svoji branži in uporabiš jo lahko za karkoli.
10. Poučna vsebina – deli informativne, a kratke zanimive stvari. Spomni se učbenikov v šoli, ki so na vsake nekaj strani vsebovali okvirček z zanimivi dejstvi. »Ali veš?« rubrika je priljubljena v vseh branžah! Poskrbi le, da bo resnično zanimiva. Več odziva na video boš prejela, če bo ob tem tema še kontroverzna!

Dodatna ideja:

11. Zgodbe sodelavcev – če jih imaš (in če se strinjajo), predstavi svoje zaposlene skozi videoposnetke. To ti bo pomagalo vzpostaviti osebno povezavo z občinstvom. Uporabniki zelo radi gledajo rutine ljudi, kaj počnejo, celo smešne trenutke. Lahko poskusiš s snemanjem različnih rubrik, ki so vezane bodisi na delo bodisi na osebne lastnosti tebe ali zaposlenih. Primer: posnemi »dileme dneva«, kjer z zaposlenimi pred kamero rešujete nenavadne dileme. Ne pozabi na kreativnost.

[illegible]