

Ведение и развитие видеоканалов организаций

Ключевыми факторами успеха корпоративного видеоканала сегодня делится специалист Федерального центра компетенций в сфере занятости **Денис Петров**



Как видео назовёшь, так оно и наберёт

Название видео — одно из основополагающих в ведении канала. Оно не должно быть громоздким и занимать всё доступное поле символов.

Передайте основную суть и по возможности добавьте интригу, чтобы зрителю хотелось узнать подробнее о теме. Название должно быть в меру цепляющим и в то же время соответствовать содержанию видео.



Регулярность и время публикации контента

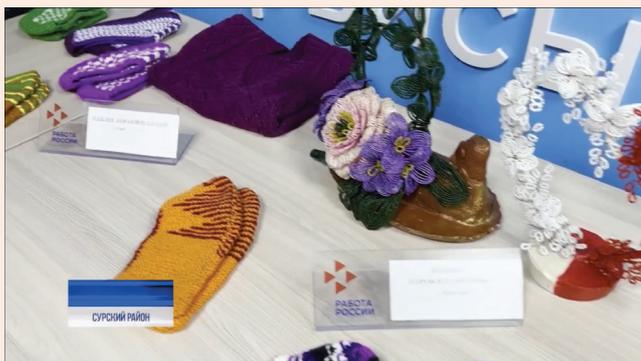
Придерживайтесь принципа регулярности, чтобы зрители не забывали о вас. Рекомендуется публиковать от 3 видео в неделю, при этом нужно стараться находить новые темы, чтобы аудитория не теряла интерес. Также важно подобрать оптимальное время для загрузки видео, чтобы оно отобразилось в ленте у большего числа ваших подписчиков.



Обложка

Как правило, зрители в первую очередь обращают внимание на обложку, поэтому очень важно выбрать самый лучший кадр из видео. В случае с платформой YouTube, при загрузке вам предлагается на выбор 3 варианта. Можно выбрать как из них, если есть что-то подходящее, так и загрузить свою обложку. YouTube берёт случайные кадры из вашего видео, поэтому могут попасться не самые удачные варианты. В таком случае, можно сделать скриншот и загрузить его.

Обложка не должна содержать много мелких деталей, так как взгляд пользователя не зацепится именно за ваш ролик из массы предложенных.



Неудачная обложка



Удачная обложка

Оптимальным вариантом является кадр со спикером. Выше представлены примеры удачной обложки и неудачной из одного и того же видео.



Модерация комментариев

Комментарии лучше всего продвигают видео в рекомендации, но часто люди улавливают чужое настроение и если видят негатив, с большей вероятностью они будут чем-то недовольны. Во избежание споров и баталий в комментариях, старайтесь отслеживать их содержимое и модерировать.

Если есть возможность, то лучше всего стараться разрешить такие моменты, путём диалога, но стоит понимать, что

здесь всё индивидуально. YouTube очень любит, когда пользователи оставляют комментарии, поэтому если есть возможность, отработайте возражения, чтобы не терять возможность попадания Вашего видео в рекомендации к другим пользователям.



Тема видео

Тема ваших сюжетов не должна выходить за рамки сферы занятости. Креативный подход всегда тепло приветствуется зрителями, но важно придерживаться определённого направления. Это может быть стихотворение или пародия на популярную песню, где будут перечислены преимущества вашего центра занятости. Людей привлекают нестандартный подход и они охотнее будут делиться вашим видео с другими пользователями, тем самым увеличивая популярность продукта.



Картинка, звук, монтаж

Чтобы удержать вовлечение подписчиков и случайных зрителей из общей ленты рекомендаций, помните о необходимости качественной картинки и звучания. Обратите внимание, что в настоящее время оптимальное разрешение видео — 1920x1080 или же 1080p, ведь требования к качеству контента постоянно растут.

Если материал с речитативом, то вас должно быть приятно слушать, поэтому нужно говорить с использованием профессионального микрофона. Грамотно структурируйте содержимое, чтобы была только важная для зрителя информация, иначе он утратит интерес к теме и закроет видео. Подходите к монтажу отснятого материала со всей ответственностью.



Удержание аудитории

Удержание напрямую влияет на продвижение ролика, поэтому чем сильнее вы сможете заинтересовать зрителя, тем выше будет удержание и тем охотнее платформа будет его рекомендовать. А суммируя высокое удержание с количеством комментариев, видео точно ждёт успех.



Сила Shorts

Большинство людей смотрит контент через мобильные устройства, поэтому стоит обратить внимание на формат коротких видео — shorts соотношением сторон 9:16. Для публикации в данном

формате длительность должна быть не более минуты, поэтому в этот временной отрезок нужно уместить основную суть вашей темы, но при этом не должно быть скомканности. Видеоряду и звучанию нужно при этом уделить не меньшее внимание, чем и в обычных видео.



Делитесь сюжетами с нами

Размещая ваши видео на канале «Модернизация службы занятости населения», где истории от региональных центров занятости, вы расширяете охваты по вашему инфоповоду, привлекаете внимание новой для вас аудитории. Мы всегда рады качественным сюжетам.