

## تولید محتوای ویدیویی در بازاریابی دیجیتال



سطح آموزش مقدماتی



نویسنده: <sup>۱</sup> Rebecca Corliss

انتشار توسط کمپانی <sup>۲</sup> Hubspot

مترجم: محمد غنچه سفیدی <sup>۳</sup>

---

<sup>۱</sup> - <http://twitter.com/repcor>

<sup>۲</sup> - [www.Hubspot.com](http://www.Hubspot.com)

<sup>۳</sup> - طراح سایت و کارشناس سئو در گروه سما فناوران سارینا

## فهرست

---

مقدمه : چرا از ویدیو در بازاریابی استفاده کنیم؟

### قسمت اول: طراحی ایده ویدیو

انتخاب نوع ویدیو برای تولید

انتخاب اهداف تولید ویدیو

نگارش فیلم نامه مصور (Storyboard)

### قسمت دوم: ضبط یک ویدیو با کیفیت

تنظیم صحنه

تکنیک های تخصصی فیلم برداری

کیفیت ضبط صدا

نورپردازی

### قسمت سوم: ابزارهای ویرایش ویدیو

استفاده از ابزارهای ویرایش

وارد کردن ویدیو در ابزارهای ویدیو

انتخاب محتوا و کلیپ ها

ویرایش کلیپ ها

تکنیک های حرفه ای ویرایش صدا

خروجی گرفتن ویدیو در یک فرمت قابل اشتراک

## قسمت چهارم: انتشار و معرفی ویدیو

انتشار ویدیو

معرفی ویدیو

## قسمت پنجم: اندازه گیری میزان موفقیت ویدیو

بازدید وب سایت

شبکه های اجتماعی

سرنخ ها و مشتریان

## منابع و نمونه های تکمیلی

نمونه های ویدیو های شاخص کمپانی Hubspot

## سخن مترجم

از آنجا که بحث بازاریابی آنلاین یک ایده نو ظهور است<sup>۴</sup> نه تنها در ایران بلکه در سطح جهانی نیز آنگونه که در دیگر زمینه ها مانند روانشناسی، با روش های آکادمیک به آن پرداخته شده، در بازاریابی آنلاین این اتفاق نیفتاده است و آموزش هایی که در این زمینه منتشر شده تجربه های گروهی، شخصی و شرکتی است. بنابر این نباید انتظار داشت که نتایج حاصل از این آموزش ها کاملاً مثبت باشند کما این که حتی در روش های علمی نیز مانند مدیریت و روانشناسی با وجود تحقیقات بسیار نتایج حاصل از اعمال و تصمیم ها همیشه مطابق میل محققان نیست. این مسئله به این دلیل است که اولاً تحقیقات در زمینه تبلیغات آنلاین جنبه درون سازمانی داشته و حاصل تجربه یک شرکت و گروه خاص با بسترها و توان مالی و علمی مشخص است و قابل تجویز به تمام کسب و کارها نیست. دوماً با وجود پیشرفت های روز افزون ابزارهای بررسی در تبلیغات آنلاین، هنوز بخش های قابل توجهی از رفتارها و داده ها قابل اندازه گیری نیستند و از طرف دیگر گاهاً استفاده از این ابزارها برای تمام کسب و کارها ممکن نیست و از دلایل آن می توان به گران بودن این ابزارها و تحریم های سیاسی اشاره کرد.

مهم ترین نقد به منابع یادگیری بازاریابی آنلاین که اکثراً به زبان انگلیسی هستند، عدم انطباق آنها با سرویس ها و بسترهای موجود در ایران است، لذا در این ترجمه نیز سعی شده تا توضیحات مقتضی نیازکاربر ایرانی ارائه شود تا این کاستی پوشش داده شود.

<sup>۴</sup> - تبلیغات اینترنتی اولین بار به صورت بنر در سال ۱۹۹۴ در سایت هات وایر نمایش داده شد.

## چرا از ویدیو در بازاریابی استفاده کنیم؟

ویدیو یک رسانه قوی است که بسیاری از کسب و کارها با ترس و لرز از آن اجتناب می کنند. در عین حال این نوع تولید محتوا می تواند بسیار پیچیده جلوه کند. چه ابزارهایی باید استفاده کنیم؟ چه طور بدانم چه چیزی باید تولید کنم؟ چه طور باید ارزش این کارم را برای رئیس و مجموعه خود توجیح کنم؟

اگر بتوانید به این قبلی پرسش ها پاسخ دهید، ویدیو به دارایی با ارزش شما در تجارتتان تبدیل خواهد شد. با در نظر گرفتن هر دو بعد بصری و صوتی، یک ویدیو قدرتمند یک محتوای ترغیب کننده احساسات است که مردم تمایل به اشتراک گذاشتن آن دارند. بازاریاب ها می توانند از آن در جذب ترافیک مستقیم به سایت ها، معرفی نام تجاری، جذب لینک های ورودی (که کمک شایانی به Seo می کند) و رشد شبکه های اجتماعی استفاده کنند.

این کتاب به سوالات مقدماتی و اصلی بازاریاب ها قبل از اینکه بخواهند وارد دنیای تولید محتوای ویدیویی شوند پاسخ خواهد شد. تمایز این کتاب با کتاب های آموزش تولید ویدیو مشابه این است که در آن از جنبه تجاری به تولید محتوای ویدیویی پرداخته خواهد شد به خصوص اینکه اشاره ای هم خواهد شد به اینکه چه طور با استفاده از ویدیو می توانید به اهداف بازاریابی خود برسید. در ادامه مراحل پردازش ایده تولید محتوا ویدیویی مانند تولید یک فیلم، ویرایش، انتشار و معرفی آن را خواهید آموخت. با دنبال کردن این آموزش شما می توانید یک شاهکار محتوای ویدیویی برای خود تولید کنید و نتایج گف انگیز آن را مشاهده کنید.

## قسمت اول: طراحی ایده ویدیو

### ۱. انتخاب نوع ویدیو برای تولید

انواع مختلفی از محتوای ویدیویی برای تولید وجود دارد. چه نوع ویدیویی برای تجارت شما مناسب است؟ پاسخ این سوال بستگی به نحوه فیلم برداری و همچنین هدف شما از تولید ویدیو دارد.

در ابتدا برای تمرین یک نوع را به دلخواه انتخاب کنید، برای مثال می توانید از موارد زیر استفاده کنید:

- محتوای خلاقانه

- محتوای پاسخگونه ( ویدیوهایی که به دنبال پاسخ به سوالات "چگونه...؟" هستند.

- مصاحبه

- بحث و گفت و گو



سپس فرمت ویدیو خود را انتخاب کنید. فرمت ویدیو شما بیانگر سبک

آن است. آیا با کیفیت HD فیلم برداری خواهید کرد؟ آیا با نسبت ابعاد

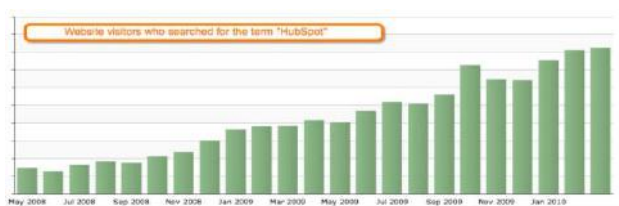
۱۶:۹ (صفحات نمایشگر بزرگ) فیلم برداری خواهید کرد؟ (بسیاری از کمپانی ها این مورد را انتخاب می کنند) آیا از سه پایه و حالت ایستا استفاده خواهید کرد؟ یا شاید هم در حالت پویا و متحرک؟ برای انتخاب بهتر در مورد سوالات بالا و مشخصات فنی فیلم برداری، به نمونه های موفق در زمینه کاری خود مراجعه کنید و از آنها الگو برداری کنید.

## ۲. انتخاب اهداف تولید ویدیو

انتخاب هدف تولید ویدیو از موارد حیاتی کیفیت خروجی شما است. برای درک هدف تولید ویدیو خود یک سوال ساده بپرسید: من چه چیزی از تولید این ویدیو انتظار دارم (کسب خواهم کرد)؟

برای مثال:

- افزایش ترافیک مستقیم به وب سایت؛
- افزایش تعداد مشترکین شبکه های اجتماعی خود؛
- افزایش مشترکین فیدخوان سایت (RSS)؛
- دریافت لینک های خارجی به سایت؛
- افزایش و گسترش شخصیت تجاری و برند سازی؛
- استخدام افراد جدید، دعوت به همکاری و مشارک یا ایجاد یک فرهنگ سازمانی
- افزایش فراخوانی نام تجاری ( جست و جوی نام برند شما)



### ۳. فیلم نامه مصور یا Storyboard ویدیو

فیلم نامه مصور تکنیکی است که در آن توالی پیش از فیلم برداری را مشخص می کنند. در واقع تهیه کننده یک طرح از صحنه ها و محل های فیلم برداری به صورت نقاشی روی کاغذ رسم میکند. برای استفاده تجاری شما می توانید فیلم نامه خود را به صورت متنی تهیه کنید و محتوای ویدیو خود را در آن شرح دهید.

الف) انتخاب عنوان: دقیقاً انتخاب کنید که محتوای ویدیو شما در مورد چه چیزی خواهد بود؟ ویدیو شما میتواند یک مصاحبه ساده، توالی داستانی و یا یک طرح پیچیده باشد. فراموش نکنید که برای انتخاب عنوان حتماً به هم گروهی های خود مشورت کنید. در همین جهت میتوانید از سوالات زیر استفاده کنید:

- اخبار و جریان های محبوب فعلی در دنیا و مرتبط با کسب و کار شما چیست؟
- آیا فردی در تیم ما توانایی و خلاقیت تولید ویدیو در زمینه خاصی را دارد؟
- آیا میتوانیم از برنامه های محبوب دیگر تقلید داشته باشیم؟
- چه چیزی در چشم مخاطب های هدف ما در این ویدیو جذاب خواهد بود؟
- مخاطبان هدف ما چه چیزی از این ویدیو خواهند آموخت؟

ب) خط داستانی خود را بنویسید: بعد از اینکه عنوان خود را انتخاب کردید باید به بیان جزئیات ویدیو بپردازید. حالت های چهره (Mimik) و حرکت های صحنه (میزانس Mise en scene) و دیالوگ ها را تنظیم کنید. اگر ویدیو شما در مورد یک گفت و گو است، موارد مهم که میخواهید از آن بحث شود را یادداشت کنید این مسئله موجب می شود تا گفت و گوی شما نظم خود را حفظ کند و زمان ویدیو را بهینه کند.

ج) فراخوانی های عمل خود را انتخاب کنید: بسیاری از بازاریاب ها فراخوانی های عمل (call to actions) را به انتهای ویدیو معوق می کنند. زمان نوشتن خط داستانی حتماً جایی برای این مورد در نظر بگیرید. این زمان را به توجه به این سوال که بعد از مشاهده ویدیو چه چیزی از بیننده میخواهید انتخاب کنید. در ضمن به یاد داشته باشید که فراخوان های خود را کاملاً مرتبط با هدف تولید ویدیو انتخاب کنید. می توانید از مثال های زیر استفاده کنید:

- از بیننده بخواهید تا برند شما را جست و جو کند
- از بیننده بخواهید تا عضو شبکه های اجتماعی شما شود

- از بیننده بخواهید تا ویدیو های بعدی را دنبال کند
- از بیننده بخواهید تا مطالب مرتبط را در وبلاگ یا سایت شما دنبال کند



HubSpot

توجه داشته باید تا افراط نکنید. ویدیو شما نباید مانند یک پیام بازگانی باشد زیرا در این صورت افراد تمایلی برای اشتراک گذاری و مشاهده آن تا انتها را نخواهند داشت.

## قسمت دوم: ضبط یک ویدیو با کیفیت

سه عنصر کلیدی در تعیین کیفیت ویدیو وجود دارد: تنظیم صحنه، صدا و نورپردازی.

### ۱. تنظیم صحنه

صحنه فیلم برداری را آماده کنید و به جزئیات بسیار دقت کنید. برای مثال اگر در حال فیلم برداری یک جلسه آموزشی هستید در زاویه دوربین و موارد دیگر را با توجه به اینکه آیا در صحنه تخته وایت برد وجود دارد؟ آیا در دیوار پشت مجری و مدرس اطلاعاتی مهمی نگارش شده است؟

صحنه را در طول فیلم برداری ثابت حفظ کنید و در تدوین حتماً پیوستگی را رعایت کنید. برای مثال در صحنه اول آموزش اگر یک لیوان یا یک عنصر تزئینی دیگر وجود داشت دقت داشته باشید در صحنه های بعدی فیلم برداری نیز در جای خود باشد.

### ۲. از تکنیک های تخصصی فیلم برداری استفاده کنید



باتوجه به موضوع ویدیو، از جلوه ها و افکت های جذاب استفاده کنید. البته فراموش نکنید که در این مورد نیز نباید افراط کنید زیرا باعث کاهش تمرکز بیننده خواهد شد. در زمان فیلم برداری به زوایای قرارگیری دوربین فکر کنید و بهترین محل را انتخاب کنید به همین منظور میتوانید از موارد زیر استفاده کنید:



تکنیک **Over Shoulder**: این تکنیک یکی از بهترین روش فیلم برداری در موارد آموزشی است و نشان دهنده دقت فردی است که در حال گوش دادن به صحبت های مجری یا مدرس است. از این تکنیک می توانید در مصاحبه ها هم استفاده کنید.

تکنیک **Long-Angel Shot**: جهت استفاده از این روش، دوربین را در زاویه پایین تر از نگاه فرد قرار دهید. این حالت باعث ایجاد یک نوع حس قدرت و تسلط نیز می شود. این مدل از فیلم برداری بیشتر مناسب اعلانات رسمی است که در آن یک مدیر، مسئول و یا شخصیت محبوب در حال گفت و گو است.



تکنیک **High-Angel Shot**: این روش دقیقاً برعکس روش گذشته است و در آن دوربین بالاتر از صورت فرد قرار میگیرد و کمی به پایین اشاره می کند. این نوع از زاویه حس ترس، خستگی و یا مجازات را منتقل می کند.



تکنیک مجسمه نیم تنه: اگر در حال فیلم برداری یک مصاحبه و گفت و گو هستید این روش بهترین حالت فیلم برداری است. اگر فرد مورد نظر در حالت ایستاده بود دوربین باید در فاصله ای قرار گیرد که از شکم وی بالاتر را پوشش دهد. در صورتی که فرد

در حالت نشسته و پشت میز بود بهتر است که پشت لب تاب و یا یک شی تزئینی دیگر قرار گیرد البته به صورتی که حرکات دست او نمایان باشد زیرا حرکت های دست خود بخشی مهمی از فرآیند انتقال پیام است.



تکنیک **Close Up** : در این روش دوربین باید در فاصله ای قرار

گیرد تا صورت فرد مورد نظر بیشتر در مرکز باشد و بتوان حالت

چهره وی را تشخیص داد.

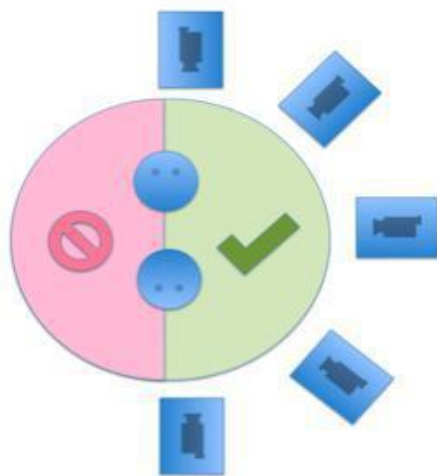
این روش بیشتر مناسب صحنه هایی است که در آن به دنبال نمایش

احساس فرد هستیم. برای مثال زمان نظر سنجی از یک مشتری راضی ما قطعاً دنبال این هستیم که حس رضایت قلبی وی و نه صرفاً یک تصویر تصنعی به مخاطب عرضه شود.

توصیه می شود در زمان فیلم برداری از قسمت های مهم چندین بار و در چند زاویه مختلف ضبط داشته باشید تا در زمان ویرایش بهترین حالت ممکن را انتخاب کنید و نیاز به فیلم برداری مجدد نباشد.

در ضمن زمانی که در حال فیلم برداری از یک صحنه هستید "قانون ۱۸۰ درجه" را فراموش نکنی.

## "180 Degree Rule"



زمانی که در حال فیلم برداری از زوایای مختلف هستید حتماً

به یاد داشته باشید که فیلم برداری تماماً یا از چپ باشد یا از

سمت راست. در غیر این صورت در نظر بیننده این طور به نظر

میرسد که شخصیت شما تغییر مکان داده است و این امر موجب

از دست دادن توجه فرد می شود.

### ۳. کیفیت ضبط صدا

کیفیت ضبط صدا از عوامل حیاتی موفقیت ویدیو شما است زیرا بدون صدایی واضح از مکالمه هیچ پیامی منتقل نخواهد شد. شما یک نوار صوتی با محتوا را بیشتر ترجیح می دهید یا یک ویدیو با کیفیت پایین مکالمات؟ قطعاً هدف شما از تولید ویدیو انتقال پیام است و بخش خیلی مهمی از این پیام توسط صدا و گفت و گو منتقل می شود. بنابراین در ضبط صدای ویدیو خود موارد زیر را در نظر داشته باشید:



- حتماً یک هدست به دوربین خود متصل کنید تا کیفیت صدای ضبط شده را آن طور که در ویدیو است بشنوید نه به عنوان یک فرد حاضر در صحنه.
- حتماً قبل از شروع ضبط کیفیت تجهیزات خود را امتحان کنید و سلامت آنها اطمینان حاصل کنید. همچنین با دقت تنظیمات آن را انجام دهید تا ضبط در بهترین حالت صورت گیرد.

- تمام صداهای پس زمینه را حذف کنید حتی صداهایی که ممکن است از نظر شما در صحنه کاملاً نا محسوس به نظر برسد. این امر موجب می شود تا در زمان میکس و مونتاژ فایل صوتی خود کیفیت بیشتری داشته باشید. برای مثال صدای سیستم تهویه هوا، یخچال و فریزر که وزوز های کوچکی ایجاد می کنند را موقتاً خاموش کنید.

- از فیلم برداری در اتاق و محیط باز و همچنین در محیط هایی که دیوارها و سازه آن از جنس هایی که باعث ایجاد اکو می شود (مانند کاشی) اکیداً اجتناب کنید.

- مطمئن شوید در زمان ضبط هیچ صدای اضافی مانند بوق ماشین های خارج از ملک، آژیر، مکالمه افراد پشت صحنه و یا صدای وسایلی مانند زنگ موبایل و ... ضبط نشده باشد.

در زمان ضبط مکالمات و گفت و گو ها حتماً سعی کنید از یک میکروفون جداگانه برای ضبط صدای هر شخص استفاده کنید. بهترین روش برای این مورد استفاده از میکروفون های "Lapel mic" است. این میکروفون ها به یقه فرد نصب می شود و فقط چند اینچ پایین تر از دهان وی قرار میگرد و به خوبی صدای وی را شفاف ضبط می کند و همچنین مانند میکروفن های رومیزی و دستی زیاد در دید نیستند.

- بررسی کنید که دوربین شما از چه فرمت های صوتی پشتیبانی می کند. معمولاً دوربین ها فرمت XLR با ورودی ۱/۸ اینچ را پشتیبانی می کنند.
- اگر برای هر شخص یک میکروفون استفاده می کنید حتماً برای ضبط و جمع آوری صداها از یک **soundboard** استفاده کنید و آن را به دوربین خود متصل کنید.
- اگر تمایلی و یا امکان استفاده از **soundboard** را ندارید، با یک تبدیل خروجی هر دو میکروفون را به یک خروجی تبدیل کنید و صدا را ضبط کنید. البته این روش هم باعث کاهش کیفیت صدا و هم ممکن است باعث ایجاد **noise** شود.
- برای میکروفون های **wireless** از ارتباط آن با دستگاه ضبط و ارسال صدای باکیفیت اطمینان حاصل کنید

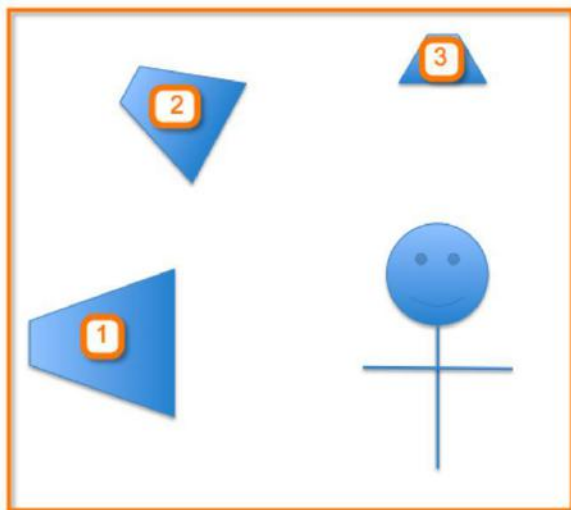
### استفاده از Boom Mic در ضبط صدا:

در صورتی که از یک دوربین دستی استفاده می کنید پیشنهاد می شود از Boom Mic و یا Shotgun Mic استفاده کنید. این میکروفون ها مستقیماً به دوربین متصل می شوند و کیفیت صدای مناسبی دارند. این میکروفون ها معمولاً به ورودی XLR نیاز دارند.

### ۴. نورپردازی مناسب:

نورپردازی و استفاده از تکنیک های آن باعث می شود تا سایه های صحنه حذف شود و فیلم از حالت بی رنگی و کسالت خارج شود. ویدیو شما جان بگیرد و جذاب کننده تر به نظر برسد.

یکی از تکنیک های ساده نورپردازی که شما میتوانید از آن استفاده کنید "تکنیک نورپردازی سه نقطه" است.



نور اول کاملاً مستقیماً به سمت فرد در صحنه تنظیم میشود و نور دوم در سمت راست و یا چپ فرد (بسته به زاویه دوربین) قرار میگیرد طوری که محیط اطراف وی را پوشش دهد. نور سوم هم دقیقاً بالای سر فرد در صحنه قرار میگیرد تا باعث شفافیت بیشتر و حذف سایه ها شود و ایضاً باعث درخشش و وضوح مو و صورت او می شود.

مواردی که در زمان نورپردازی باید از آنها اجتناب کنید:

- نمای پشت صحنه هیچگاه یک پنجره نباشد زیرا باعث کاهش کیفیت نورپردازی و تاریک تر شدن صحنه از نظر دوربین می شود. به یاد داشته باشید مطلقاً نباید در نورپردازی، نور شما مستقیم به سمت لنز دوربین باشد.
- از ایجاد سایه ها اجتناب کنید. در صورتی که این سایه های صحنه توسط افراد پشت صحنه، فیلم بردار و یا خود شخص در صحنه می شود آن را بازطراحی کنید.
- از نورپردازی زیاد روی صورت فرد در صحنه بپرهیزید (به اصطلاح او را **Washed out** نکنید) زیرا صورت او کاملاً رنگ پریده و بی روح در دوربین جلوه میکند و همچنین تشخیص حالت های چهره را دشوار می سازد. بدین منظور اگر تنظیم **Zebra** را در دوربین خود دارید، آن را فعال کنید. توسط این مورد دوربین محل هایی که در صحنه **Washed out** شده اند را مشخص می کند تا آن ها را ویرایش کنید.

## قسمت سوم: ابزارهای ویرایش ویدیو

در پروسه ویرایش شما قسمت های مختلف ضبط شده (Footage) را به یک ویدیو نهایی تبدیل خواهید کرد. ویرایش، میکس و مونتاژ مرحله ای کاملاً حساس است که کوچک ترین تغییرات نتایج بزرگی به دنبال دارد و در خروجی کار شما نمایان خواهد شد.

### ۱. استفاده از ابزارهای ویرایش ویدیو:

- ابزارهایی برای مبتدی ها:



**Imovie** یکی از تولیدات Apple است که به صورت رایگان برای کامپیوترهای Mac عرضه شده است. در این برنامه به راحتی و بدون داشتن هیچ دانش فنی با قابلیت کشیدن و رها کردن میتوانید افکت ها و ویرایش های مورد نظر خود را روی ویدیو اعمال کنید. این برنامه خروجی هایی با فرمت **mov**

خواهد داشت.

**Camtasia** یکی از محصولات کمپانی TechSmith است که امکان خروجی با فرمت های مختلف را دارد. این برنامه مناسب برای ویرایش ویدیو های بسیار ساده است.

**Windows Movie Maker** این برنامه که یکی از محصولات ماکروسافت است کاملاً شبیه به Imovie است با این تفاوت که امکان ایجاد اسلایدشو های مختلف را دارد. این برنامه ویدیو را در فرمت wmv خروجی می دهد.

### • ابزارهایی برای کاربران متوسط:



**Final cut pro** یک برنامه توسط Apple است که ابزارهای

ویرایش بیشتری دارد که شامل ویرایش رنگ ها، افکت های انتقال و ... است.

**Avid** این برنامه نیز مانند نرم افزار قبلی است و با قیمت

مناسبی عرضه شده است.



**Vegas pro** این محصول قدرتمند ابزاری است که توانایی تدوین فیلم ها را به

قوی ترین شکل ممکن داراست. ابزاری که از واسط کاربری جذابی بهره

می برد و توانایی پشتیبانی از اکثر فرمت های رایج در زمینه های مختلف

چندرسانه ای را دارا می باشد؛ آنچه از سونی سراغ داریم این است که در بیشتر

موارد جدیدترین تکنولوژی ها را در محصولاتش به کار می برد و این محصول هم

از این قاعده مستثنا نیست.

استفاده از نهایت کیفیت در صداها و تصاویر خروجی که نهایت لذت را برای بیننده به همراه دارد یکی از مهم

ترین خصوصیات است که در **Vegas Pro** به چشم می خورد. انواعی از افکت ها در این ابزار گنجانده شده

اند تا کاربران حرفه ای به راحتی با کنار هم قرار دادن تصاویر و همین افکت ها به جذاب تر شدن کار خود

کمک کنند. این محصول سونی توانایی پشتیبانی از انواع ورودی ها نظیر دوربین های دیجیتالی که امروزه بسیار



هم رایج شده اند را دارد؛ پس باید گفت که کاربران می بایست با خیالی آسوده دوربین های دیجیتالی را به سیستم متصل و منتظر بمانند تا **Vegas Pro** آن ها را شناسایی و فیلم ها را ویرایش کنند.



**HitFilm** نرم افزاری قدرتمند برای ویرایش و تدوین ویدئوها می باشد که دارای کارایی و امکانات بسیار بالایی بوده و پردازش و رندرینگ ویدئوها در محیط آن بسیار ساده انجام میشود. ابزار ویرایش فیلم های ۳ بعدی، پشتیبانی از فرمت های مختلف، کنترل صوتی بی همتا و پردازش و رندرینگ بهتر و سریعتر افکت ها، **HitFilm** را به یکی از قدرتمندترین نرم افزارهای ویرایش ویدئو تبدیل کرده است.



**Pinnacle Studio** نرم افزاری قدرتمند در زمینه کار بر روی فایل های تصویری و انجام عملیات های مختلف بر روی آن ها می باشد. همان طور که از نام این نرم افزار مشخص است، کاربران می توانند همانند یک استودیوی کامل، از ابزارهای موجود در این نرم افزار برای رفع نیازهای خود استفاده نمایند. در این نرم افزار کاربران می توانند تصاویر موجود بر روی دوربین ها را به هارد دیسک منتقل نموده و سپس با استفاده از ابزارهای موجود اقدام به انجام عملیات های مختلف ویرایشی نمایند. همچنین به کمک ابزار موجود در این نرم افزار کاربران می توانند اقدام به ساخت و تهیه کلیپ های مختلف تصویری برای انتشار بر روی دیسک ها و یا وب نمایند. این نرم افزار قدرتمند محصولی از شرکت **Pinnacle Systems** می باشد.

## ۲. وارد کردن فیلم به ابزار ویرایش:

معمولاً فایل های که توسط دوربین ضبط می شوند با قابلیت کشیدن و رها کردن (Drag and drop) به برنامه ویرایش وارد نمی شوند و باید آن ها را توسط امکانات خود برنامه وارد کنید. البته باید دقت کنید که

برنامه شما چه فرمتی از فیلم های ضبط شده را پشتیبانی می کند و دوربین شما چه فرمتی را ضبط کرده است. معمولاً موردهایی نیز وجود دارد که به دلایل مختلف فرمت ضبط شده دوربین با فرمت ورودی برنامه یکسان نیست لذا قبل از وارد کردن ویدیو به راحتی میتوان با ابزارهای ویرایش فرمت، آن ها را یکسان کرد و مورد استفاده قرار داد.

### ۳. انتخاب کلیپ ها و محتوا

انتخاب اینکه کدام بخش از موارد ضبط شده را در تدوین نهایی قرار دهید قسمت دشوار ویرایش است زیرا از نظر شما تمام کلیپ ها مهم و جذاب هستند، اما توجه داشته باشید که معمولاً برای ویدیوهایی با هدف تجاری، کوتاه و مختصر بودن تاثیر مستقیمی در کسب نتیجه دارد مخصوصاً وقتی این ویدیو قرار باشد در سطح اینترنت و در وب سایت شما منتشر شود.

### ۴. ویرایش کلیپ ها

بعد از اینکه کلیپ های خود را دسته بندی و مرتب کردید باید آن ها را به هم متصل کنید. اتصال کلیپ ها به هم بخش مهمی از زیبایی ویدیو شما را تعیین خواهد کرد، بنابراین سعی کنید تا از افکت های مختلف برای اتصال این کلیپ ها به هم استفاده کنید. نمونه هایی از این افکت ها را توضیح میدهم:



**Fade-in/Fade-Outs**: وقتی ویدیو شما به یک صدای بلند یا کلیپ پرشور شروع شود بسیار نامطلوب به نظر خواهد رسید. با یک انتقال تدریجی ظاهر شدن در شروع و محو شدن آهسته در آخر کلیپ میتوانید حس خوبی در بیننده ایجاد کنید.

**Cut**: این روش بدون افکت انتقال است و صرفاً برای پرش ساده به کلیپ بعدی است.

**Dissolve**: این ویرایش یک انتقال تدریجی به کلیپ بعدی است به این صورت که در پایان کلیپ قبلی، کلیپ بعدی به صورت آهسته در همان صفحه نمایان می شود. این ویرایش مناسب انتقال بین تصاویر و شروع یک کلیپ است.



در صورتی که برای شروع و پایان ویدیو خود از تصویر استفاده می کنید و از یک ویرایشگر ساده ویدیو کمک میگیرید بهتر است برای اضافه کردن تصاویر از ابزارهای جانبی مانند پاورپوینت نیز استفاده کنید. حتی می توانید از پاورپوینت به عنوان یک ویرایشگر کامل نیز استفاده کنید زیرا این ابزار افکت های انتقال زیاد، خط زمان صدا و ... را به راحت پشتیبانی می کند و شما می توانید خروجی اسلایدهای خود را به صورت ویدیو دریافت کنید.

## ۵. تکنیک های ویرایش حرفه ای صدا

در نظر داشته باشید برای جذابیت هرچه بیشتر ویدیو خود باید از تکنیک های زیبا سازی صدا استفاده کنید. شما می توانید یک موسیقی بدون کلام را در پس زمینه ویدیو خود استفاده کنید و یا هنگام انتقال کلیپ ها علاوه بر افکت تصویری از افکت های صوتی نیز استفاده کنید، مثلاً زمانی که به کلیپ بعدی منتقل می شوید هنوز یک پس زمینه از صحبت های کلیپ قبلی به صورت نجوا پخش شود تا کلیپ فعلی به مکالمه برسد. این مورد برای تاکید روی موارد مهم کلیپ قبلی بسیار مفید است.

## ۶. خروجی ویدیو در یک فرمت قابل اشتراک گذاری

پس از اتمام ویرایش ویدیو و بازنگری مجدد آن از نظر محتوا، صدا و کلیپ ها، نوبت به خروجی گرفتن می رسد. تمام ابزارهای ویرایش ویدیو که ذکر شد و ابزارهای دیگر قابلیت خروجی گرفتن ویدیو را دارند. اما هنگام خروجی گرفتن به چند نکته باشید دقت داشته باشید. اول اینکه ابزار شما چه نوع فرمتی را به عنوان خروجی ارائه خواهد کرد. در صورتی که فرمت مورد نظر شما در خروجی نبود می توانید با کمک ابزارهای تغییر فرمت، خروجی مورد نظر خود را ویرایش کنید. دومین مورد، نوع استفاده و انتشار ویدیو است. در صورتی که مایل به انتشار ویدیو خود در سطح اینترنت و سایت هستید فرمت MP4 مناسب خواهد بود. این فرمت برای دستگاه های موبایل نیز بسیار مناسب است. اما اگر برای انتشار در نمایشگرهای خانگی و کامپیوتر ویدیو خود را در نظر گرفته اید بهتر است خروجی با فرمت avi داشته باشید. به یاد داشته باشید زمانی که میخواهید کیفیت خروجی شما HD باشد Resolution ویدیو خود را کاهش ندهید گرچه فایل خروجی شما بسیار حجم زیادی خواهد داشت اما شفافیت و وضوح بالای خود را از دست نخواهد داد. سایزهای ۱۹۲۰\*۱۰۸۰ و ۱۲۸۰\*۷۲۰ برای خروجی های کیفیت HD بسیار مناسب است.

## قسمت چهارم: انتشار و معرفی ویدیو

### (۱) انتشار ویدیو:

برای انتشار ویدیو خود با توجه به هدف تولید آن تصمیم بگیرید. وب سایت شخصی یا شرکتی، سایت های اشتراک گذاری ویدیو مانند یوتیوب و یا آپارات از نمونه هایی هستند که می توانید استفاده کنید. اگر تصمیم به اشتراک گذاری در سرویس های رایگان گرفتید باید چندین مورد را در نظر داشته باشید:

(۱) در این سایت ها معمولاً محدودیت حجم و زمان بارگذاری وجود دارد.

(۲) گاهاً فرمت های خاصی توسط این سرویس ها پشتیبانی می شوند.

(۳) در زمان آپلود ویدیو، حتماً نوشتن عنوان، کلمات کلیدی و توضیحات را به دقت تکمیل کنید زیرا تأثیر کامل مستقیمی در میزان بازدید ویدیو شما دارد. به گونه ای ویدیو را نامگذاری کنید که افراد به آن شکل دنبال آن هستند برای مثال در عنوان خود از کلمات سوالی میتوانید استفاده کنید.

(۴) بعد از آپلود تا زمان بارگذاری ویدیو روی سایت آن را به صورت **private** (خصوصی) تنظیم کنید تا افراد بعد از اتمام بارگذاری محتوای کامل را ببینند و ویدیو شما به صورت ناقص نمایش داده نشود.

زمانی که انتشار ویدیو خود را در سایت شخصی مجموعه خود انتخاب کردید موارد زیر را در نظر بگیرید:

(۱) سعی کنید اسکریپت پخش در سایت شما ویدیو را به صورت **HTML5** پخش کند نه به صورت فایل **Flash**. زیرا بعضی از مرورگر ها و کاربران به دلیل عدم بروزرسانی سیستم خود نتوانند ویدیو شما را مشاهده کنند.

(۲) در نظر داشته باشید که ویدیو شما حجم و کیفیت مناسبی برای پخش آنلاین داشته باشد و در این انتخاب حتماً مخاطبان خود را در نظر بگیرید. برای مثال به دلیل سرعت اینترنت پایین کاربران ایرانی، هیچگاه قراردادن ویدیو به صورت **HD** برای مشاهده آنلاین تصمیم درستی نیست.

(۳) دقت داشته باشید که اسکریپت پخش و سایت شما ویدیو را به صورت واکنشگرا در تمامی سایزها (موبایل، تبلت و مانیتور) به درستی نمایش دهد.

(۴) اگر نگران پهنای باند سرور هاست خود هستید و در این زمینه محدودیت دارید، ویدیو خود را مستقیم در سرور خود بارگذاری نکنید، زیرا با هر بار مشاهده ویدیو توسط کاربران آنلاین، مقداری از پهنای باند ماهانه شما مصرف خواهد شد و فشار زیادی به هاست خود وارد می کنید. برای اجتناب از این مورد می توانید ویدیو خود را برای دانلود قرار دهید (که البته باز هم مصرف پهنای باند خواهید داشت اما کمتر) و یا بهترین راه حل این است که ویدیو خود را در سرویس های اشتراکی بارگذاری کنید که امکان انتشار آن در سایت شما را با وجود میزبانی ویدیو روی سرور های خود به شما می دهند، به این صورت که یک کد جاوا اسکریپت آماده به شما ارائه میکند تا آن را در بخش مورد نظر سایت خود قرار دهید (یوتیوب و آپارات از این امکان به صورت پیشرفته پشتیبانی می کنند). البته این روش نیز خالی از اشکال نیست، این کد به صورت جاوا اسکریپت است و باعث افزایش سرعت بارگذاری سایت شما خواهد شد اما همچنان انتخاب بهتری است.

دریافت کد نمایش راهنما ?

بستن ×

```
<div id="1483171365437011"><script type="text/JavaScript" src="https://www.aparat.com/embed/ukpGP?data[rnddiv]=1483171365437011&data[responsive]=yes"></script></div>
```

کد script  کد iframe

اندازه نمایش واکنشگرا (responsive) ▾

بستن تنظیمات ^

## ۲) معرفی ویدیو:

برای معرفی ویدیو خود می توانید آن را علاوه بر انتشار در سایت در تمام شبکه های اجتماعی خود ارسال کنید و یا از آن در خبرنامه ایمیلی خود استفاده کنید. همچنین در سرویس های اشتراک گذاری مانند یوتیوب و اپارت می توانید با پرداخت هزینه ویدیو خود را در معرض دید بیشتری قرار دهید. این امکان در اکثر شبکه های اجتماعی مانند linkedin و facebook هم در دسترس است.

فراموش نکنید که بخش مهمی از معرفی ویدیو شما توسط خود بینندگان انجام شود. بینندگانی که محتوای ویدیو شما را جذاب و کاربردی ببینند قطعاً از دیگران نیز جهت مشاهده آن دعوت می کنند.

## قسمت پنجم: اندازه گیری میزان موفقیت ویدیو

برای اندازه گیری موفقیت ویدیو خود صرفاً به تعداد بازدیدهای آن بسنده نکنید. مهم ترین عامل سنجش میزان موفقیت ویدیو شما، اندازه گیری پیشرفت اهدافی است که برای تولید ویدیو خود در نظر گرفته بودید. در ادامه به عنوان مثال، سه مورد از مهم ترین عناصر موفقیت ویدیو را توضیح می دهید.

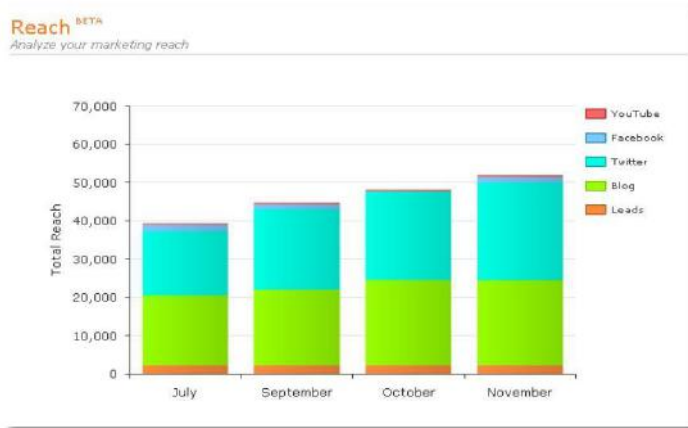
### ۱) بازدید وب سایت: بازدید مستقیم و جست و جوی برند

آیا افراد پس از مشاهده ویدیو شما ترغیب شده اند که اطلاعات بیشتری از شما و ویدیو شما کسب کنند؟ برای مثال برای مشاهده خدمات بیشتری از شما نام برند شما را در گوگل و دیگر موتورهای جست و جو دنبال کنند؟ یا اینکه مستقیماً آدرس سایت شما را در مرورگر خود وارد کرده اند و وارد سایت شما شده اند؟ در نظر داشته باشید که زمان اندازه گیری این دو مورد صبر داشته باشید. ممکن است نتایج حاصل از ویدیو شما در این بخش بعد از مدتی که ویدیو شما بازدید مناسبی کسب کرده باشد ظاهر شود.

### ۲) افزایش مشترکین وبلاگ، خبرنامه یا شبکه های اجتماعی

اگر هدف شما افزایش مشترکین خبرنامه، وبلاگ و یا

اعضای شبکه های اجتماعی است حتماً این موارد را



اندازه گیری کنید و به یاد داشته باشید که محتوای قبلی شما ارزش اشتراک داشته باشد! تا کاربران رغبت دنبال کردن شما را داشته باشند.

### ۳) سرنخ های بازاریابی و مشتری ها

قطعاً درآمد حاصل شده از ویدیو تولید شده آخرین هدف شما و اندازه گیری رشد آن بهترین معیار سنجش موفقیت ویدیو شما است، اما در نظر داشته باشید که از تولید ویدیو خود انتظار درآمد مستقیم نداشته باشید، در عوض سعی کنید از بازدیدها و مشترکین به دست آمده کسب درآمد کنید و آن ها را در سایت خود ترغیب به خرید و استفاده از خدمات خود کنید. مشترکین و بازدیدهای کسب شده را از دست ندهید و با بهینه سازی رابطه کاربری سایت خود سعی کنید بهترین نرخ تبادل را به دست آورید.

همچنین استفاده از ویدیو برای بازاریابی باعث ایجاد شخصیت بیشتر برای شما در میان رغبایان می شود. چه قدر برای مخاطب جذاب خواهد بود کسی که در ویدیو کمپانی شما دیده، پاسخگو وی در مورد قیمت ها و خدمات شما باشد؟

## منابع و نمونه های تکمیلی

منابع بیشتر در مورد بازاریابی ویدیو:

Download: [How to use Video for Marketing Free Webinar](#)

Bookmark: [Video "Marketing Hub" Bookmark](#)

Watch: [HubSpot TV - Weekly Video Podcast](#)

Read: [Five Video Projects You Can Do in 25 Minutes or Less](#)

Read: [10 Qualities That Can Make Your Video Go Viral](#)

Read: [5 YouTube Features to Get More Video Views](#)

ویدیوهای محبوب Hubspot :

["You Oughta Know Inbound Marketing"](#)

["Baby Got Leads"](#)

["Inbound Marketing Movie Trailer"](#)

["Foursquare Cops"](#)

تجهیزات

---

## Cameras

### Beginner

[Kodak Zi8 \(HD\)](#) (Amazon Price: \$180)

[Flip](#) (Amazon Price: \$200)

### Intermediate

[Canon VIXIA HV40 \(HD, livestream capabilities\)](#) (Amazon Price: \$1,000)

[Cannon GL2 \(SD, livestream capabilities\)](#) (Amazon Price: \$2,000)

## Audio

### Lavalier Microphones

[Audio Technica ATR-3350 Lavalier](#) (Amazon Price: \$21)

[Hands-Free Tie-Clip Omnidirectional Electret](#) (RadioShack Price: \$26)

### Boom Microphones

[http://www.amazon.com/Sennheiser-ME66-Short-Shotgun-Capsule/dp/B0003066X2/ref=sr\\_1\\_4?ie=UTF8&s=musical-instruments&qid=1273506878&sr=8-4](http://www.amazon.com/Sennheiser-ME66-Short-Shotgun-Capsule/dp/B0003066X2/ref=sr_1_4?ie=UTF8&s=musical-instruments&qid=1273506878&sr=8-4)

[Sennheiser ME66 Short Shotgun](#) (Amazon Price: \$200)

## Lighting

[http://www.imagewest.tv/servlet/the-67/800W-Single-Fixture-Focusable/Detail800W Open Faced Light Fixtures with Barn](http://www.imagewest.tv/servlet/the-67/800W-Single-Fixture-Focusable/Detail800W+Open+Faced+Light+Fixtures+with+Barn) (\$250 per light)

## Editing Tools

### PC Computers

- [Windows Movie Maker](#) (Beginner, Free)
- [Camtasia](#) (Beginner, Screencasts, TechSmith Price: \$300)
- [Avid Media Composer](#) (Advanced, Avid Price: \$2,295)

### Mac Computers

- [iMovie](#) (Beginner, Free)
- [Final Cut Express](#) (Intermediate, Apple Price: \$200)
- [Final Cut Studio](#) (Advanced, Apple Price: \$1000)

## Video Publishing Sites

- [YouTube](#)
- [Viddler](#)
- [Vimeo](#)
- [Break](#) (Video Humor)
- [Blip.tv](#) (Podcasting)

## Business Video Publishing Tools

- [Brightcove](#)
- [Viddler Business](#)

## Video ROI Measurement Tools

- [Vidmetrix by Visible Measures](#)
- [InPlay by Tubemogul](#)

[HubSpot Software](#)