



NOTIZIE DIGITALI

PID - Punto Impresa Digitale / #05 - 05.2022

FOCUS MARKETING

I Video nel Marketing

come fare prima, dopo e
durante le riprese

Guida pratica per destreggiarsi nella promozione
aziendale tramite l'uso dei video



*Photo by Joey Huang on Unsplash

I **Video** nel **Marketing** permettono alle aziende di interfacciarsi con i propri clienti e con quelli nuovi, attraverso delle modalità di coinvolgimento diretto veicolato dalle emozioni che solo le riprese del reale sanno trasmettere. Questo, di conseguenza, aumenta il **livello di engagement** con il Brand.

LE TRE FASI DELLA REALIZZAZIONE DI UN VIDEO



PRIMA DELLE RIPRESE

scegliere: il tipo di video,
l'attrezzatura e la sceneggiatura



DURANTE LE RIPRESE

scegliere: cosa e come inserire il
materiale nel video



DOPO DELLE RIPRESE

scegliere: la tipologia del
montaggio

É sempre una **buona pratica** porsi delle domande precise durante tutte le fasi di realizzazione di un video, in questo modo l'azienda riuscirà ad avere sempre ben chiaro l'**obiettivo finale** che vuole raggiungere:

CHI?	COSA?	COME?	QUANDO?	PERCHÈ?
A chi è rivolto?	Qual è il messaggio da trasmettere?	Lo realizzo io o mi rivolgo a dei professionisti?	Quando lo realizzo e/o lo pubblico?	Qual è l'obiettivo che intendo raggiungere?

PRIMA DELLE RIPRESE



*Photo by GR Stocks on Unsplash

Scegliere il TIPO DI VIDEO che si vuole realizzare:

→ 📱 **AMATORIALE** o 🎥 **PROFESSIONALE**

- 🎓 **Formativo/Dimostrativo:** mostrare un prodotto o spiegarne l'utilizzo
- 📣 **Promozione:** promuovere un prodotto
- 👤 **Testimoniaza:** mostrare un'esperienza con il prodotto
- 💬 **Storytelling:** "raccontare qualcosa" dell'azienda o del prodotto
- 💪 **Leadership:** mostrare padronanza, competenza o successi
- 🎬 **Trailer:** presentazione del brand

scegliere l'**ATTREZZATURA** corretta:

VIDEO: smartphone, videocamere compatte, videocamere dslr

AUDIO: smartphone, auricolari, microfono a spillo, shotgun, giraffa

LUCE: sole, lampade led, softbox

SUPPORTO: bastone, treppiede, gorilla, stabilizzatore

scegliere la **SCENEGGIATURA** migliore
coerente con brand e messaggio:

LOCATION: uffici, esterno dell'azienda, saloni, eventi/fiere

SFONDI: parti aziendali, location, green screen

ABBIGLIAMENTO: scelto in base al Tone of Voice del messaggio veicolato

🎬 FARE DELLE PROVE

per ridurre le tempistiche di lavorazione e per avere più materiale

📹 FARE PIÙ REGISTRAZIONI

per poter scegliere la migliore e per avere più contenuti a disposizione

DURANTE LE RIPRESE



*Photo by Sam McGhee on Unsplash

👓 SCEGLIERE IL TIPO DI INQUADRATURA

diversificarle aumenta l'attenzione dello spettatore

🎥 SCEGLIERE I MOVIMENTI FISICI DELLA CAM

ad esempio la rotazione in entrata o in uscita

→ 📱 scegliere se usare lo **SMARTPHONE** (app dedicate) o un **SOFTWARE PER IL PC** specifico per il montaggio

🎬 **MONTAGGIO VIDEO:** scegliere come impostare il montaggio, ad esempio aggiungendo un intermezzo o un jump cut. Creare il filo logico del video, con la narrazione e il percorso emozionale

🔊 **MONTAGGIO AUDIO:** scegliere se inserire il parlato o una musica di sottofondo o dei rumori di fondo

DOPO LE RIPRESE



*Photo by Jakob Owens on Unsplash

di Giulia Bernini e Nicolò Mora



Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte

Servizio PID - Punto Impresa Digitale

www.pno.camcom.it/digitale/pid - pid@pno.camcom.it