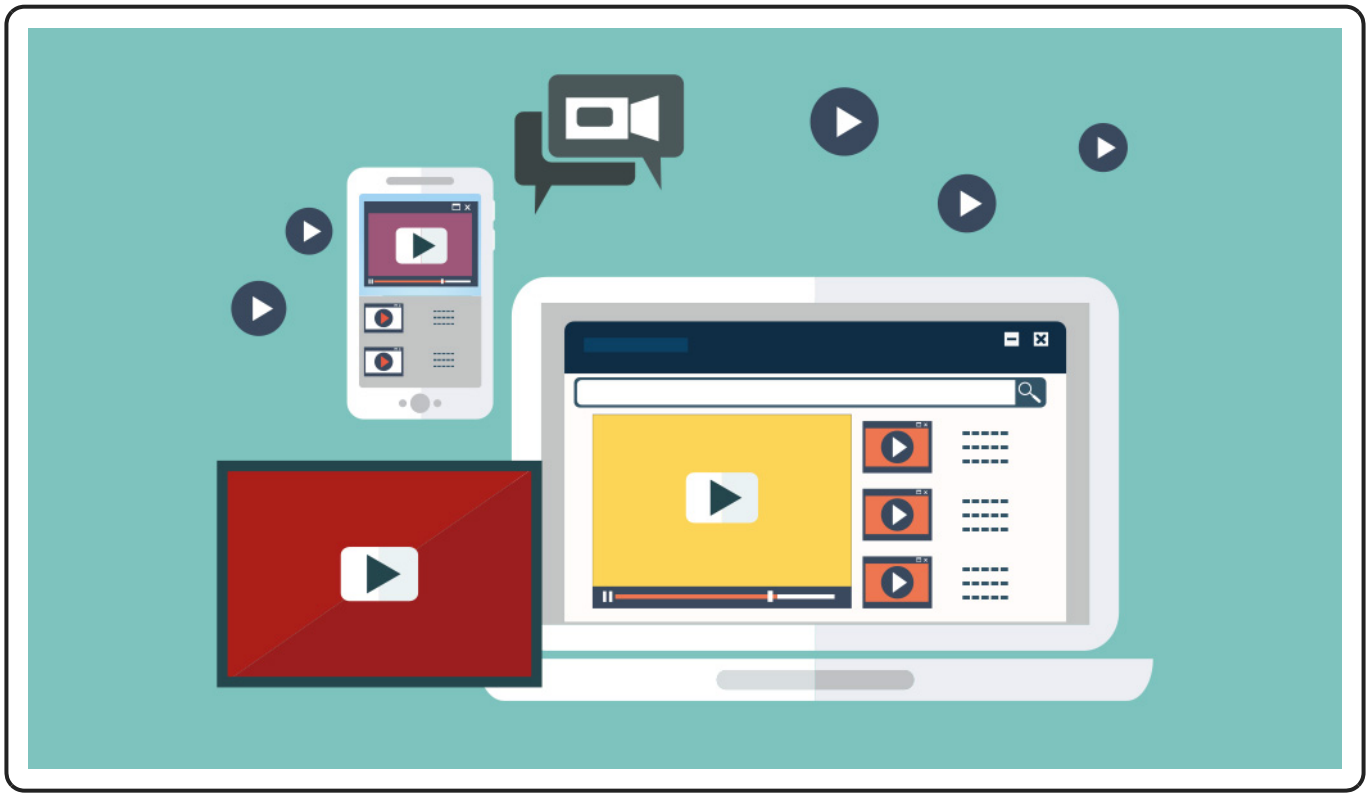

## ۱۱ نوع ویدیو برای رسانه‌های اجتماعی

اگرچه از نظر فنی می‌توانید هر ویدیوی قدیمی را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید، اما اگر ویدیوها را بر اساس معیارهای اثربخش در هر شبکه تولید و بهینه‌سازی کنید، موثرتر خواهید بود و شاید محتوایتان وایرال شود.

یک تفاوت بزرگ شبکه‌های اجتماعی این است که افراد، به‌جای جستجوی ویدیوها، آن‌ها را اتفاقی کشف می‌کنند. مثلا افراد برای یافتن ویدیوی آموزشی موردنظرشان در یوتیوب و گوگل جستجو می‌کنند، اما در فیس‌بوک، توییتر و اینستاگرام، هنگام چرخیدن در بخش فیدها، ویدیویی را پیدا می‌کنند. بااین‌حال، تماشای این ویدیوها به جذابیت آن‌ها بستگی دارد و حتی به خاطر الگوریتم رسانه‌هایی مثل فیس‌بوک شاید خیلی‌ها اصلا این ویدیوها را نبینند!

خوشبختانه با بعضی روش‌ها می‌توانید به کاهش هیاهوی این رسانه‌ها و دیده شدن محتوایتان کمک کنید. در ادامه به بررسی ۱۱ نوع ویدیو می‌پردازیم که در شبکه‌های اجتماعی موفق عمل کرده‌اند.

در زیر بهترین ویدیوها برای رسانه‌های اجتماعی آورده شده است:

یادتان باشد انواع خاصی از ویدیوها در شبکه‌های اجتماعی عملکرد بهتری دارند، اما چیزی که یک دسته از مخاطبان دوست دارند، برای همه جالب نیست. بنابراین وقتی می‌خواهید ویدیوی مناسبی برای یک شبکه اجتماعی انتخاب کنید، چند ایده را با هم ترکیب کرده و موارد مختلف را امتحان کنید تا ببینید مخاطبان به کدام مورد واکنش بهتری نشان می‌دهند.

## ۱. مصاحبه/پرسش و پاسخ

مصاحبه‌ها یا پرسش و پاسخ آموزنده، راهی عالی برای جذب مخاطب و پاسخ دادن به سوالات جالب آن‌ها است. با یک رهبر فکری، یک مشتری یا یکی از اعضای تیم خود به‌صورت آنلاین گفتگو کنید. می‌توانید سوالات و شیوه مصاحبه را از قبل تعیین کنید یا سوالات مناسب را از میان نظرات طرفداران انتخاب کنید. قالب پرسش و پاسخ هم برای ویدیوهایی مناسب است که در آن مستقیم با فالوئرها صحبت می‌کنید و به سوالات آن‌ها پاسخ می‌دهید. می‌توانید این ویدیوها را از قبل ضبط کنید یا لایو برگزار کنید.

## ۲. پشت‌صحنه‌ها

مردم عاشق تماشای پشت‌صحنه‌ها هستند! نشان دادن پشت‌صحنه کسب‌وکارتان روشی عالی برای برجسته کردن فرهنگ شرکت، اعتمادسازی و ارتباط با مخاطبان است. تور بازدید از قسمت‌های مختلف شرکت، نمایش پشت‌صحنه رویدادی که در آن شرکت کرده‌اید یا نمایش محصولات جدید، موضوعات مناسبی برای ویدیوهای پشت‌صحنه هستند.

## ۳. ویدیوی ویژگی‌های محصول

طبق مطالعه‌ای، ۷۸ درصد مردم گفته‌اند که تصمیمات خرید آن‌ها تحت تاثیر پست‌های برندها در شبکه‌های اجتماعی است. ویدیو یک روش عالی برای برجسته کردن یک محصول یا نشان دادن یک ویژگی خاص است. یک پست غیررسمی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند معتبرتر از آگهی تبلیغاتی باشد و مردم را به خرید ترغیب کند.

## ۴. ویدیوهای لایو

حالا اکثر پلتفرم‌ها ویژگی‌های لایو استریمینگ ارائه می‌دهند و مخاطبان به‌شدت از آن استقبال می‌کنند. لایو، روشی عالی برای افزایش تعامل، تقویت ارتباط با طرفداران و شفاف‌سازی درباره برند است. لایو قالب مناسبی برای پرسش و پاسخ، نمایش پشت‌صحنه و رویدادها است.

## ۵. تبلیغات و معاملات

همه عاشق معامله هستند! به فالوئرهای خود در شبکه‌های اجتماعی یک معامله انحصاری پیشنهاد دهید و با یک ویدیوی چشم‌گیر تبلیغاتی، توجهشان را جلب کنید.

## ۶. محتوای تولید شده توسط کاربر

همه می‌دانیم که تولید محتوا زمان‌بر است. به طرفداران وفادار خود اجازه دهید تا با اشتراک‌گذاری بعضی محتواهای تولید خودشان، بخشی از این کار دشوار را بر عهده بگیرند. می‌توانید برای جمع‌آوری محتوای تولیدشده توسط کاربران، مسابقه‌ای ترتیب دهید، با اینفلوئنسرها ارتباط برقرار کنید یا دنبال ویدیوهایی باشید که طرفدارانتان

قبلا پست کرده‌اند. معرفی و برجسته کردن طرفداران از طریق بازنشر محتوای تولیدشده توسط آن‌ها (با ذکر نام خالق محتوا) کاربران بیشتری را تشویق می‌کند که محتوایشان را با شما به اشتراک بگذارند. این رابطه بُرد-بُرد است!

## ۷. جایزه‌ها و مسابقات

همه، جوایز رایگان را دوست دارند! مسابقات، روشی اثبات شده برای افزایش تعامل است و روش‌های زیادی برای استفاده از ویدیوها و افزایش دسترسی به مخاطبان وجود دارد. می‌توانید ویدیوهای تبلیغاتی برای مسابقات خود بسازید. برای اعلام برندگان مسابقه ویدیو تهیه کنید یا برای اعلام هدایا و انتخاب برندگان از میان افرادی که ویدیو را دیده یا بازنشر کرده‌اند، لایو برگزار کنید.

## ۸. اعلان‌ها/رونمایی‌ها

آیا خبرهای مهمی مثل توسعه یا تاسیس خط تولید جدید را اعلام می‌کنید؟ رسانه‌های اجتماعی بهترین مکان برای این اعلان است و ویدیوهای جالب و بامزه بهترین راه ایجاد هیجان هستند!

## ۹. رویدادها

با پست کردن ویدیو از رویدادهای شرکت خودتان یا رویدادهایی که در آن‌ها شرکت می‌کنید، از «ترس از دست دادن یا جا ماندن» فالوئرها بهره‌برداری کنید. می‌توانید خلاصه‌ای از این رویداد را ضبط کرده و ویرایش کنید، یا آن را در لایو فیس‌بوک، پریسکوپ توییتر یا لایو اینستاگرام به نمایش بگذارید. با پرداختن به آنچه حاضران در مراسم نمی‌توانند ببینند، تصاویری انحصاری از آن رویداد را برای بینندگانِ در خانه نمایش دهید. به مصاحبه‌های ویژه با سخنرانان بپردازید یا پشت‌صحنه رویداد را نشان دهید.

## ۱۰. خبرهای فوری/وقایع روز

این روزها بیش از دو سوم بزرگسالان، حداقل بخشی از اخبار روز را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند! اگرچه باید مراقب باشید و از «موج‌سواری و تبلیغ خودتان» هنگام بروز حوادث غم‌انگیز پرهیز کنید، اما اخبار جالب و موضوعات پرطرفدار، فرصتی عالی برای ایجاد گفتگو هستند. چه این اخبار فوری و جالب مربوط به شرکت خودتان یا واکنشی به یک رویداد مهم یا فرهنگی باشد، ساخت ویدیو بهترین راه اشتراک‌گذاری نظرتان با مخاطبان است. ویدیوهای مربوط به اخبار فوری و مهم، محبوب‌ترین نوع ویدیو در توییتر است، زیرا اکثر مردم برای دیدن اخبار فوری یا یک رویداد زنده، اول به توییتر مراجعه می‌کنند.

## ۱۱. آموزش‌ها/راهکارها

آخرین مورد که اهمیت فراوانی هم دارد، ساخت ویدیوهای آموزشی و ارائه راهکار است. این نوع محتوا در واقع یکی از پرجستجوترین محتواها در فضای آنلاین است. اگرچه باید فرمت این نوع ویدیوها را تغییر دهید (زیرا هیچ‌کس فیلم ۴۰ دقیقه‌ای نجاری را در فیس‌بوک تماشا نمی‌کند)، اما اگر این کار را درست انجام دهید، این قالب، بسیار موفق خواهد شد. مثلا صفحه محبوب Tasty یکی از صفحاتی است که با تولید ویدیوهای آموزشی کوتاه و جذاب، فالوئرهای فراوانی به‌دست آورده است.

## نکات مهم در ساخت ویدیو برای شبکه‌های اجتماعی

حالا با چند نمونه از انواع ویدیوها در رسانه‌های اجتماعی آشنا شدید. همه ویدیوهای خوب چند نکته مشترک دارند که می‌توانیم در ساخت ویدیوهای بهتر برای هر رسانه از آن‌ها ایده بگیریم.

- **سرگرم‌کننده، انگیزشی، آموزشی.** قانون شماره یک این است که ویدیوی خود را ارزشمند کنید! یا آموزش دهید، یا سرگرم کنید یا انگیزه‌بخش باشید.
- **جذاب و چشم‌نواز.** اگر ویدیوی شما در چند ثانیه اول مخاطب را جذب نکند، فورا از آن رد می‌شود. عنوان جذابی برای ویدیو انتخاب کنید تا در ۳ ثانیه اول مخاطب را جذب کند.
- **بی‌نیاز به صدا.** ویدیوی شما باید بدون صدا هم موثر باشد. اکثر ویدیوها در شبکه‌های اجتماعی بی‌صدا هستند تا زمانی که کاربر تصمیم بگیرد صدا را باز کند. اگر می‌خواهید مخاطبان به پیامتان گوش دهند، در قسمت توضیحات ویدیو یا کپشن از آن‌ها بخواهید ویدیو را با صدا ببینند.
- **داشتن کپشن.** خیلی از صفحات با ویدیوهای بی‌کلام یا ویدیوهایی که فقط توضیحات متنی دارند، موفق می‌شوند، اما اگر حتما باید پیامی را به‌صورت صوتی انتقال دهید، کپشن اضافه کنید تا بینندگان موضوع ویدیو را بفهمند.
- **کوتاه بودن.** ویدیوهای کوتاه بهترین عملکرد را در رسانه‌های اجتماعی دارند. منظور ما ویدیوهای ۲ - ۳ دقیقه‌ای در فیس‌بوک و توییتر است. ویدیوهای اینستاگرام فقط یک دقیقه است، اگرچه همان ویدیوهای ۱۵ ثانیه‌ای قدیمی این رسانه هنوز هم کاربرد دارند.
- **داشتن رویکرد جدید.** ویدیوهایی که با دِرون‌ها فیلم‌برداری می‌شوند، ویدیوهای ۳۶۰ درجه و عکس‌های حرفه‌ای، بسیار موثر هستند. سعی کنید ویدیوهایی بسازید که تصاویر منحصربه‌فرد و نادری به مخاطبان نشان دهند.
- **داشتن قابلیت دست‌به‌دست شدن خودکار.** ویدیوهای اینستاگرام خودبه‌خود بین مردم می‌چرخند و دست‌به‌دست می‌شوند و ویدیوهای کوتاه فیس‌بوک و توییتر هم، چنین خاصیتی دارند. هنگام ساخت این ویدیوها، این موضوع را مدنظر داشته باشید. حتی می‌توانید این خاصیت چرخشی شدن را طوری در ویدیو بگنجانید که بینندگان متوجه آن نشوند.
- **آپلود مستقیم ویدیو.** در اینستاگرام نمی‌توانید از این گزینه استفاده کنید، اما در فیس‌بوک و توییتر می‌توانید لینک ویدیویی از یک سایت دیگر که معمولا

یوتیوب است را به اشتراک بگذارید یا می‌توانید یک فایل ویدیویی را مستقیم بارگذاری کنید که به آن «ویدیوی مستقیم» می‌گویند. الگوریتم فیس‌بوک ویدیوی مستقیم را در اولویت قرار می‌دهد، یعنی اگر ویدیوی شما به‌صورت مستقیم بارگذاری شود، به‌احتمال‌زیاد کاربران آن را در قسمت فید خود می‌بینند.

- **خلاق بودن.** اپ‌های جالب بسیاری برای ساخت ویدیوهای حرفه‌ای و تماشایی به‌ویژه برای اینستاگرام وجود دارد و می‌توانید آن‌ها را در شبکه‌های دیگر هم پست کنید.

از نکات بالا بهره بگیرید و برای محبوب شدن در رسانه‌های اجتماعی ویدیوهای جذابی بسازید.