

Vídeos: como criar um planejamento de forma estratégica? Por Alessandra Assumpção.

O vídeo é e será cada vez mais o centro das atenções. Você está utilizando esse formato de forma estratégica no negócio?

De acordo com o estudo [Inside Vídeo](#), da Kantar IBOPE Media, houve um crescimento de 84% no consumo de vídeo online nos últimos 3 anos, atingindo 61% dos domicílios brasileiros. Entre as plataformas de destaque, os dispositivos móveis detêm a maior parte dos acessos (87%), seguido dos *desktops* (60%) e *smart TVs* (39%).

Como criar um planejamento de vídeo de forma estratégica?

Nas estratégias de mídia online, as campanhas de vídeo ajudam a construir resultados ao longo de toda a jornada do consumidor, influenciando a descoberta e as atitudes de compra. Lembre-se que não é somente dar o *play*, é preciso ter um conteúdo relevante, para que faça sentido para a audiência que está assistindo o vídeo.

7 passos para planejar o conteúdo em vídeo

Separei 7 passos para seguir e planejar o conteúdo no formato de vídeo:

1. Objetivo

Saiba qual o objetivo que você quer alcançar com o seu conteúdo em vídeo, por exemplo:

- Mais engajamento;
- Atração de conversão;
- Trazer aprendizado.

Seja um desses ou outros, você precisa mapear para saber como medir os resultados depois de compartilhar o vídeo.

2. Quem é e onde está seu público

É fundamental mapear os formatos de conteúdo que são mais interessantes para o seu público e para isso, pense se eles acessam mais YouTube, Instagram, TikTok para ter clareza se o tempo é mais curto ou longo e realmente mostrar valor no seu conteúdo.

3. Tipos de vídeo

Você pode produzir vídeos informativos, vídeo aula, vídeos de reflexão sobre temas específicos, vídeos de humor, entre outras possibilidades.

Cada público tem um interesse e por isso você precisa ter clareza de qual é o seu público para criar um planejamento assertivo.

4. Crie roteiros

Criar roteiro é planejar a sua produção de conteúdos em vídeo e mapear o que será falado para sua audiência.

Com ele, é possível ter clareza dos pontos principais, além de ser o guia para que nenhuma informação fique de fora.

5. Equipamentos

O vídeo precisa ter qualidade de som e imagem, por isso é preciso avaliar os equipamentos disponíveis para entrar nesse planejamento.

Além disso, considere aplicativos de imagem e som que podem auxiliar nesse processo na hora da edição e você consiga sincronizar e melhorar a qualidade, se preciso.

Lembre-se do cenário que transmite harmonia com o seu conteúdo em vídeo, e que ao mesmo tempo complemente a mensagem que será transmitida.

6. Tenha um calendário editorial

Essa é uma ferramenta que vai auxiliar na produção de conteúdos em vídeos baseados na sua estratégia, por isso a necessidade do calendário editorial para você ter clareza sobre a frequência e as publicações, a diversidade dos vídeos, os assuntos e as datas de compartilhamento.

7. Resultado

Com os objetivos mapeados, agora é preciso analisar e mensurar os resultados. Com isso, você precisa analisar o que foi relevante ou não para o público e continuar aplicando no seu planejamento de conteúdo em vídeo.

De olho no YouTube

O YouTube tem mais de 105 milhões de brasileiros que acessam a plataforma mensalmente, segundo notícia do UOL, e, desde que foi fundado, em 2005, tem tido um crescimento explosivo.

Essa é uma plataforma de compartilhamento de vídeos muito acessada, na qual é preciso avaliar se faz sentido para o seu público e assim, organizar o planejamento de conteúdo em vídeo para trazer assuntos relevantes e de interesse da audiência.

Gostou desse artigo? Compartilhe comigo nos comentários.
