

# 企业宣传片策划团队

产品名称	企业宣传片策划团队
公司名称	深圳云端共赢文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙华区民治地铁站
联系电话	18924617237

## 产品详情

企业宣传片可以多种方式使用，从社交媒体帖子和广告到营销网站。但是，如何从“想要拍摄企业宣传片”到实际编写脚本和制作视频呢？看起来很复杂，对不对？实际上很简单！无论是公司，预算还是视频的原因，从最初的想法到最终的剪辑，每个视频都有一个最基本的流程，今天云端小编会为大家讲述一下拍摄宣传片的一个基本的步骤。在下面，我概述了8个步骤，希望它们可以帮助您将视频创意带到头脑中，并带到观众的屏幕上！

步骤1：确定目标在坐下来编写视频脚本之前，您需要退后一步，首先考虑为什么要创建视频。视频的制作成本可能很高，因此在开始编写对话之前，必须清楚地明确目标。例如：也许您是一家新公司，并且想要一个在网络渠道介绍您的品牌/使命的视频。或者，您有一条新的产品线，需要进一步向潜在买家解释。也许您只是在进行一次销售，并且需要一个可以促使人们采取行动的的视频。许多公司制作企业宣传片的一些常见原因如下：

- 品牌意识
- 促进销售
- 吸引流量
- 增加客户参与度
- 教育客户

需要注意的一件事：如果您有多个目标，则可能需要考虑创建多个视频。您尝试将更多目标（或想法）塞入一个视频（尤其是简短的视频）中的可能性就越大，使脚本复杂化并使观众感到困惑。如果您有多个目标，则可能需要考虑创建多个视频。一旦你确定为什么要创建一个视频，是时候开始看你如何把你的视频效果的潜在方向。

步骤2：选择方向既然您有了“为什么”，那么确定什么是有意义的方向就应该容易一些。例如，假设您是一家新公司，想为您网站上的首页展现出企业宣传片；该视频的目的在于介绍品牌并吸引人们的关注。在这种情况下，您可能会选择一个视频，其本质上更像是“介绍性”或“解释性”的视频。您甚至可能会发现多个方向的组合是有意义的。例如，也许您是一家新公司，但您面临许多竞争。带有“问题/解决方案”角度的“介绍性”风格视频可能是理想的（将“旧方法”显示为问题，将“新方法”显示为[解决方案]）。为了给您一些想法，以下是您可能会走的路的清单：

- 介绍性：告诉听众你是谁，解释你的任务，等等。
- 解释性：解释某些事物的工作原理（例如您的产品或特定功能）。
- 问题/解决方案：展示旧方法/新方法以及您的产品如何解决。
- 叙述：使用故事元素（例如情节，冲突，解决方案等）来巧妙地介绍或解释某些事物。
- 推动行动：让观众做某事（例如，现在购物）。
- 以产品为中心：介绍或展示特定产品或功能。
- 推荐：与客户围绕特定主题或主题进行的访谈，报价，声音字节等。
- 背书：使用名人或有影响力的人的认可/肖像。
- 内容丰富：向您的听众介绍特定的内容，教程风格等。
- 娱乐：通过故事，幽默等方式吸引或激发观众的兴趣。一旦确定了目标和方向，就可以通过设置视频的

色调进一步完善方法。步骤3：设定语境语气被定义为某物的“一般特征或态度”。主要分为我们文案旁白具体内容站的角度和语气。这就要根据实际应用而来了。例如，您想让听众开怀大笑还是想让他们感动？您是想让他们感到有见识，还是想给他们讲一个故事？请记住，创造性的方向（在第2步中选择）应以您决定采用的任何音调很好地发挥作用。例如，如果您决定为您的网站注解创建“介绍性”风格的视频，则使用“紧急”音调可能没有任何意义，因为这最适合销售之类的东西。（当然，将特定的创意方向与意外的音调配对不一定是一件坏事-

取决于正确的执行）。以下是您可以探索的各种色调，以了解您的概念和创作方向：

- 戏剧性
- 情绪动人。
- 简单明了/信息量大-简洁明了。
- 对话式的-休闲而真实。
- 紧急
- 敦促您像现在一样采取行动。
- 有趣/好玩-使用有趣的创意设备（例如拟人化）。
- 幽默
- 喜剧片；让你笑或微笑。
- 古怪的-使用特殊性或意外性来表达观点。
- 可爱
- 让您走的東西，“噢！”。
- 娱乐性-旨在提供信息和娱乐性。超级碗广告通常属于此类。
- 鼓舞人心-
- 使用鼓舞人心的动作（宣言通常以这种方式完成）。

时尚、酷—感觉年轻，时尚，新潮等。例如：匡威·豪华-光泽，花式，浮华，性感，富有。想想豪华汽车广告，高端酒店连锁店等。示例：维加斯酒店广告有肯定更多的色调和方向，您可以探索，但希望这个给你一些想法，你的视频可以在其中做出选择。步骤4：确定时长这将是30秒的视频吗？60秒？一分钟多吗？5分钟？您可能会想：“在我编写脚本之前，如何知道视频的长度？”相信我，我很明白您目前的疑惑！但是现实是，如果不使用某些类型的时间参数，您的视频可能会结束得太长并且可能无法聚焦。请记住，您的想法应该只与它所需要的时间一样大，因此对您的概念施加限制只会帮助使其更强大，更有效。这也将帮助您避免出现令人沮丧的情况，例如强迫自己将两分钟的脚本减少到30秒（这就酷刑一样）。如果您不确定视频应持续多长时间，则需要考虑以下因素：

您的目标（即品牌知名度，点击次数等）· 广告的投放渠道（例如，电视，社交媒体，网站等）· 总体预算（低，中，高，无限制等）例如，如果您的目标是推广假日促销活动，则30秒的广告可能足以使您达到这一目的。但是，如果您想让听众流泪，您可能需要1.30甚至2分钟以上的时间才能完成工作。要获得一个量化的规定，请回想一下您想要的方向和语气。接下来，检查使用类似音调的现有视频，看看它们有多长，因为这可能会帮助您进行指导（例如，如果所有视频都至少一分钟长，那可能是一个很好的帮助你的参考）。要考虑的第二件事是广告将在何处展示。例如，30-60秒的商业广告在有线电视中很常见，我们一般把它称之为tvc,而较长格式的视频在网上更常见。然后是在线广告，微博/微信广告，DY贴片广告等，所有这些都各自有各自的限制和最佳实践准则。视频出现在哪里都无所谓，您只需要确保在计划所有视频时都考虑到了展示位置。最后，你的预算是多少也决定时长。如果您的预算较低，您可能只能负担视频的一个剪辑（或一个版本），这就是为什么步骤1-3对于“正确处理”如此重要的原因第一次。如果您的预算范围较高，则可以削减许多不同的版本（例如-90、60、30和15秒的广告位），这将为您提供更多的回旋余地，例如视频放置，以不同的焦点/角度重新制作故事情节等。

今天的宣传片的制作就讲到这里，下期我们将为大家介绍企业宣传片剩下的几个步骤，其中包括视频的形式、框架的书写等，欢迎大家咨询云端公司的