



Video – et stærkt værktøj

Video er et af de allermest eftertragtede medier. Hvad enten du vil reklamere for dit produkt eller service, eksponere dig selv som ekspert indenfor dit fagområde, komme med en uddybende guide til dine kunder eller noget helt fjerde.

Vi hælder nemlig mere og mere til video fremfor tekst, når vi skal finde information på nettet. Der er en rigtig god grund til, at YouTube er en af de absolut største søgemaskiner på nettet, hvor folk dagligt søger information eller hjælp i forbindelse med en given problemstilling.

Men hvordan gør man, hvis man ikke har mulighed for, at købe sig til en videoproduktion?

Hvor lang skal en video være?

Det kommer lidt an på hvor og hvordan du vil bruge din video og hvem din målgruppe er.

- Undersøgelser viser, at den ideelle online-video på fx Facebook, LinkedIn mfl. kun er på mellem 60-90 sekunder.
- På YouTube får man det største engagement med en video på 2 minutter.
- Det helt afgørende er, om du kan levere relevant indhold til din målgruppe. Kan du det, så vil de normalt se din video til ende, uanset om den er 1, 2, 10 eller 45 minutter lang.
- En video på 60 sekunder kan bruges i alle kanaler (sociale medier, din website, møder, messer, tv osv.)

Du skal derfor beslutte dig for, hvem der skal se din video (målgruppe)

- Du skal beslutte dig for, hvor du vil vise din video (kanal)
- Lille interesse i målgruppe = kort video
- Stor interesse i målgruppen = brug den nødvendige tid, men gør det kort
- Nu ved du ca. hvor lang tid du har til at fortælle din historie.

Hvordan udnyttes tiden bedst?

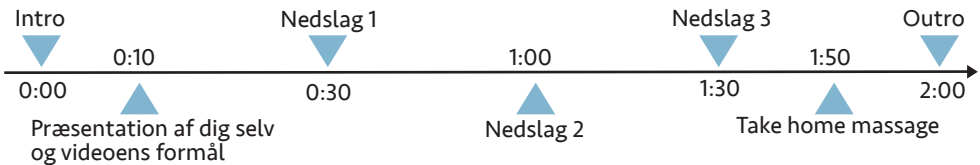
Uanset hvilke kanal du vælger, så er de første sekunder af en video afgørende for, om den bliver set til ende. Brug de første 3-5 sekunder af videoen på at fange brugerens opmærksomhed med et stærkt anslag, så brugeren får lyst til at se din video til ende.

Husk at videoer, der varer under 2 minutter, opnår mest engagement. Efter de første 2 minutter begynder engagementet at falde.

Selvom kort er godt, betyder det ikke, at længere videoer ikke dur på sociale medier. Skaber du en engagerende video, der er relevant for målgruppen, er det sandsynligt, at de vil se videoen færdig.



En effektiv opbygning ser sådan ud:

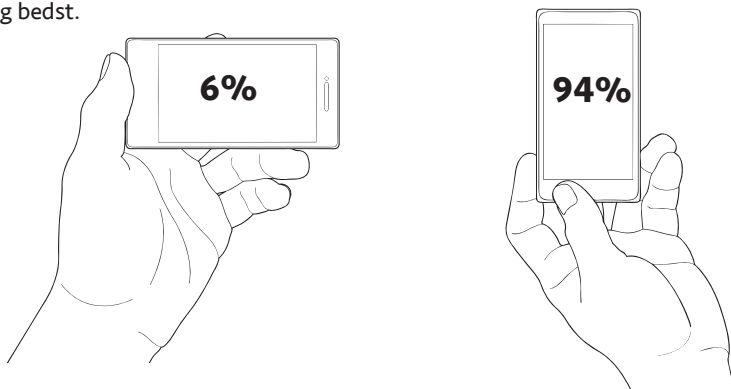


1. Intro skal være lige på og fange seerne med det samme
2. Præsentation af kilden bag videoen (kan vi stole på det de siger) – faktisk kan det bare være dit firmalogo som sættes i fx øverste højre hjørne
3. Nedslag er forklaring eller perspektiv på det din video handler om – der kan være flere nedslag (hvis din målgruppe har interesse for emnet)
4. Take home messages er en opsummering af videoens pointer
5. Outro filmen er slut (lad være med en lang rulletekst og lang eksponering af dit logo, men indsæt i stedet et CTA (Call to Action) – hvad kan seeren gøre (link til website "klik ind på www" – ring – støt – gå i gang selv – vær med til – osv. altså en aktiv slutning med en opfordring til handling)

Videoformat, hvad er det?

Alt afhængigt af hvilke kanal du bruger, er der anbefalinger for, hvorvidt horisontale, vertikale eller de såkaldte 'square' videoer virker bedst.

F.eks. viser undersøgelser, at videoer på Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter og YouTube klarer sig bedst.



Vær ikke bange for at filme med din smartphone. Det vil ofte give dig hurtigere adgang til upload, samtidig med at der eksisterer fine redigeringsmuligheder på de fleste smartphones fx Apples iMovie.



På Facebook kan du se de mest anvendte videoformater:

1. Video-opslag i newsfeedet – også kaldet native video.
2. Profilver videoer, hvor profilver billeder skiftes ud med video.
3. Cover-videoer, altså din sides topbillede på Facebook.
4. Live-streaming er, som navnet antyder, en direkte videoudsendelse, der sendes via Facebook.
5. Stories, der er små fortællinger, placeret over newsfeedet, som forsvinder 24 timer efter upload.

Du skal huske, at 85% af brugerne på sociale medier ikke har lyd på, når de ser videoer. Derfor er det vigtigt, at du tekster din video. Tekst kan være undertekst, små tekstskilte eller tekst direkte oven på videoen. Tænk stumfilm.

Hvordan planlægges videoen?

Den nemmeste måde at planlægge din video er ved at bruge et storyboard.

Idéen med et storyboard er at vise manuskript (tekst og idé) og billede (det du vil optage på video) side om side, så man let kan danne sig et overblik over forløbet i videoen. Når storyboardet er på plads, kan man hurtigt danne sig et overblik over materialet, dvs. hvilke klip der skal optages, og hvilken grafik der skal findes.

Fordelen ved et storyboard er, at det gør det let at holde styr på optagelser og scener under redigeringen, både for én selv og i samarbejdet med andre. Inden man begynder redigeringen af videoen, bør man samle materialet på computeren og lægge det hele i samme mappe som filmprojektet.

Et storyboard er delt op i to store kolonner, hvor videoens scener er nummereret nedad.

- Hver række afspejler en scene, der kan være en præsentation, et nedslag, en afrunding og lignende.
- Højre kolonne viser indholdet i videoen, enten i stikordsform eller som fuldt manuskript.
- Venstre kolonne viser det billede, som optræder i den endelige video – fx ansigtet på speakeren, et billede, en grafik, en animation, et slide/dias, en overskrift eller en instruktionsvideo.

I videoer bør man holde billede-siden så enkel som muligt, både så modtageren ikke bliver overvældet af information, og fordi mange videoer (modsat PowerPoints) også bliver set på små mobilskærme.

Du kan optage den på din mobil og så klippe den sammen bagefter.



Værktøjer tilpasset mobiltelefoner, men som også fungerer også fint på tablets og pc:

- **Canva**
<https://www.canva.com>
Lav dine egne designs til f.eks. facebook. Det er gratis – med en proversion til 13 dollars om måneden kan man lave animerede effekter i sine opslag.
- **In-Shot mobil App**
Med denne app kan man lave video med tekst og ikoner samt lave collager. Importer egne videoer eller billeder. Kan bruges gratis med begrænsede ikoner.
- **Kapwing**
<https://www.kapwing.com>
En samling af hjælpeværktøjer til at lave billeder, gifs og videoer.
- **Pixaloop mobil App**
Læg effekt på stillbilleder f.eks. skyer, damp fra kaffe osv.
- **Vimage mobil App**
Med denne app kan man lave videoer fra billeder med diverse standard animationer ovenpå, bl.a. damp fra kop.
- **Gratis billeder til frit brug**
<https://www.pexels.com/>
<https://unsplash.com>