

צ'קליסט מלא לצילום והפקת סרטונים לעסק

שלב ההכנה - לפני הצילום

- | | |
|---|---|
| ☐ הגדרת מטרה:
האם הסרטון נועד להציג מוצר? לספר סיפור אישי?
ללמד משהו? | ☐ בחירת רקע:
רקע נקי ולא עמוס - קיר בהיר, שולחן מסודר או אלמנט שקשור לעסק. |
| ☐ קהל יעד: למי הסרטון הזה מיועד? לצעירים שאוהבים לטייל?
לבני 35-45 שחוששים לעבודה שלהם בעידן ה-AI?.. | ☐ שילוב המותג:
חוקיות היא הכרח במיתוג נכון, האם צבעי הלבוש או האביזרים מתחברים לצבעי המותג שלי? |
| ☐ כתובת תסריט קצר:
3-4 נקודות עיקריות בלבד (פתיח, תוכן, קריאה לפעולה). | ☐ תכנון זמן:
עדיף לצלם כמה סרטונים ברצף באותו יום כדי לחסוך בזמן
וליצור מאגר סרטונים שאפשר לשלוף במשך השבוע ובכך להימנע משחיקה. |

שלב הצילום

- | | |
|--|--|
| ☐ עדשה נקייה:
ניגבתי את עדשת המצלמה לפני הצילום. | ☐ זווית צילום:
בגובה העיניים או מעט מלמעלה - לא מלמטה. |
| ☐ תאורה:
אור טבעי מול חלון (בוקר/שעות אחר הצהריים).
אם אין - מנורת שולחן/פנס פשוט שמכוונים מלפנים. | ☐ שפת גוף:
חיוך, תנועות ידיים טבעיות, קשר עין עם המצלמה. |
| ☐ סאונד:
האם אני מדבר בחדר שקט?
האם אני קרוב מספיק למיקרופון (או למכשיר)? | ☐ אורך הסרטון:
עד דקה לרילס/טיקטוק, עד 2-3 דקות לפוסט פייסבוק/יוטיוב. |

שלב העריכה

- | | |
|---|--|
| ☐ חיתוך קטעים מיותרים - ישר לנקודה. | ☐ מיתוג - לשלב לוגו או צבעי מותג בפניה. |
| ☐ כתוביות - להוסיף טקסט ברור, מותאם לצבעי המותג. | ☐ קריאה לפעולה: "עקבו אחריי", "כתבו לי בפרטי", "השאירו פרטים באתר". |
| ☐ מוזיקה - להשתמש במוזיקה חינומית/מובנית באפליקציה. | ☐ כורמט: וידאו אנכי (9:16) לאינסטגרם וטיקטוק, ריבוע/אופקי לפייסבוק/יוטיוב. |

טיפים מתקדמים (לבידול)

שלב הפרסום

- | | |
|--|--|
| ☐ טקסט מלווה: משפט פתיחה מושך + האשטגים מתאימים. | ☐ אחידות: כל הסרטונים נראים חלק מאותה שפה ויזואלית (צבעים, פונט, סגנון עריכה). |
| ☐ תזמון: לבדוק שעות פעילות הקהל (למשל בערב או בסופ"ש). | ☐ STORYTELLING: לא רק להציג מוצר - לספר סיפור קצר שמייצר רגש. |
| ☐ רצף תוכן: הסרטון משתלב בסיפור גדול יותר (סדרה/נושא מתמשך). | ☐ שימוש חוזר: סרטון אחד אפשר לחתוך ל-3 רילסים שונים. |
| ☐ מדידה: בדקתי צפיות, תגובות ושיתופים כדי להבין מה עובד. | ☐ מאחורי הקלעים: להראות הכנה, תהליך או טעויות מצחיקות - זה יוצר אמון. |