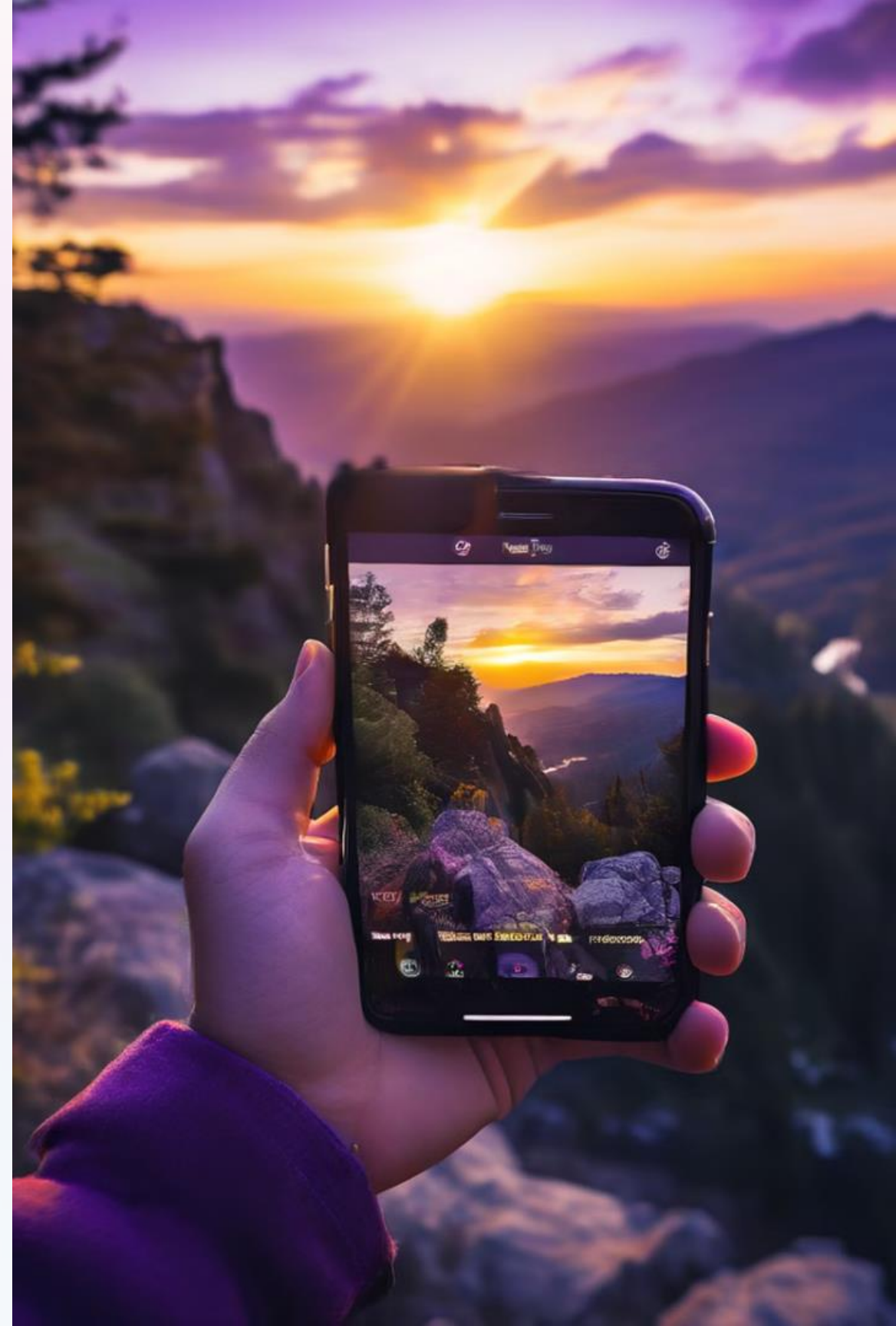


تولید محتوا با گوشی هوشمند

مدرس: سمیرا حسینی مقدم



تولید محتوا

تولید محتوا فرایند طراحی، ایجاد و انتشار محتوای با ارزش،
معنادار و جذاب برای مخاطبان هدف است.



هدف تولید محتوا

هدف اصلی تولید محتوا جذب مخاطبان هدف، افزایش مشارکت و

در نهایت تبدیل آنها به مشتری یا طرفدار برند است.

.

برنامه ریزی و استراتژی محتوا

شما شروع به ساختن خانه بدون طرح، مجسمه‌ای بدون طرح یا شرکتی بدون بیانیه مأموریت، نمی‌کنید. بنابراین بدون ایجاد برنامه، نباید به تولید محتوا پردازید. در غیر این صورت امکان دارد از هدف خود منحرف شوید.

یک استراتژی محتوا شامل همه چیز است، از نام تجاری و لحن گرفته تا اینکه چگونه محتوای خود را تبلیغ کرده و در نهایت مورد استفاده مجدد قرار بگیرد.



تاریخچه تولید محتوا : از آغاز تا امروز

1

عصر کتاب و مطبوعات

تولید محتوا در گذشته به شکل کتاب ها، روزنامه ها و مجلات بود که به صورت فیزیکی منتشر می شدند.

2

ظهور رادیو و تلویزیون

با ظهور رسانه های جمعی مانند رادیو و تلویزیون، امکان تولید و انتشار محتوای صوتی و تصویری فراهم شد.

3

انقلاب اینترنت

اینترنت و رسانه های اجتماعی امکان تولید و انتشار محتوا را به شکل دیجیتال و در سطح جهانی فراهم کردند.





انواع محتوا و کاربردهای آن

1 محتوای آموزشی

برای بهبود دانش و مهارت های مخاطبان در حوزه های مختلف

2 محتوای سرگرمی

برای ایجاد تعامل و ایجاد تجربه مثبت در مخاطبان

3 محتوای بازاریابی

برای ترویج و تبلیغ محصولات و خدمات برند

4 محتوای خبری

برای اطلاع رسانی و به روز رسانی مخاطبان

تکنیک های موثر در تولید محتوای جذاب

داستان سرایی

استفاده از روایت و داستان برای ایجاد درگیری و جذابیت بیشتر در مخاطبان

استفاده از تصاویر و ویدیو

به کارگیری محتوای چندرسانه ای برای جذب و حفظ توجه مخاطبان

تعامل و بازخورد

تشویق مخاطبان به مشارکت و ارائه بازخورد برای بهبود محتوا

بهینه سازی محتوا

استفاده از تکنیک های SEO برای افزایش دیده شدن محتوا در موتورهای جستجو



چالش های پیش روی تولید کنندگان محتوا



1

کمبود زمان و منابع

تولید محتوای باکیفیت نیازمند زمان و بودجه کافی است.

2

چالش های خلاقیت

ایجاد محتوای خلاقانه و متمایز برای جذب مخاطبان دشوار است.

3

سنجش و ارزیابی

اندازه گیری موفقیت محتوا و تاثیر آن بر مخاطبان دشوار است.



انواع محتوا و کاربردهای آن

تصویری

مانند عکس ها، انفو گرافیک ها و ویدیو ها .
کاربرد :جذب مخاطب، افزایش تعامل و تقویت برند.

متنی

شامل مقالات، وبلاگ ها، محتوای سایت و کتاب ها .
کاربرد :آموزش، اطلاع رسانی و جذب مخاطب.

تعاملی

مانند نظرسنجی ها، بازی ها و چت بات ها .
کاربرد :افزایش مشارکت و تعامل مخاطبان.

صوتی

شامل پاد کست ها و فایل های صوتی.
کاربرد :آموزش، سرگرمی و تعامل با مخاطب.



استراتژی های تولید محتوا موثر

تحلیل مخاطبان

شناخت نیازها، ترجیحات و رفتار مخاطبان هدف برای تولید محتوای جذاب و مفید.

1

بهینه سازی برای موتورهای جستجو

به کارگیری تکنیک های SEO برای بهبود رتبه بندی و دیده شدن در نتایج جستجو.

2

3

خلق محتوای اصیل

تولید محتوای منحصر به فرد، آموزنده و هیجان انگیز که ارزش افزوده ای برای مخاطبان داشته باشد.

چرخه‌ی تولید محتوا

1

تحقیق و برنامه‌ریزی

شناخت نیازها و موضوعات مرتبط با مخاطبان هدف و برنامه‌ریزی تولید محتوا.

2

تولید محتوا

خلق محتوای با کیفیت و جذاب براساس برنامه‌ریزی انجام شده.

3

انتشار و توزیع

انتشار محتوا در کانال‌های مناسب و توزیع آن در میان مخاطبان هدف.

4

تحلیل و بهبود

ارزیابی عملکرد محتوا و تحلیل نتایج برای بهبود اقدامات آتی.



مزایای تولید محتوا با گوشی

1 دسترسی آسان

امکان تولید محتوا در هر زمان و مکان با استفاده از گوشی همراه

2 هزینه کم

تولید محتوا با گوشی بسیار ارزان تر از استفاده از تجهیزات پیشرفته است

3 افزایش خلاقیت

استفاده از قابلیت های گوشی برای تولید محتوای خلاقانه و متنوع

4 تعامل مستقیم

امکان ایجاد محتوای جذاب و هدفمند برای مخاطبان در سرعت بالا





انواع محتوای قابل تولید با گوشی



ویدئو

فیلم برداری و ویرایش ویدئو با کیفیت بالا



عکس

ثبت لحظه‌های جذاب با دوربین گوشی



پخش زنده

امکان پخش زنده از هر جا و هر زمان



محتوای شبکه‌های اجتماعی

پست‌ها، استوری‌ها و محتوای متنی جذاب

ابزارهای تولید محتوا



ابزارهای نوشتاری

مانند ورد، گوگل داکس و برای تولید محتوای متنی.



ابزارهای صوتی

مانند Audacity و GarageBand برای تولید محتوای صوتی مانند پادکست ها.



ابزارهای تصویری

مانند فتوشاپ، canva برای تولید تصاویر و گرافیک ها.



ابزارهای ویدیویی

مانند Adobe Final Cut Pro و Premiere برای تولید محتوای ویدیویی.



تکنیک های بهبود کیفیت محتوای تولیدی با گوشی



نور مناسب

1

استفاده از منابع نوری مناسب برای بهبود کیفیت تصاویر و ویدئوها

انتخاب مناسب زاویه

2

چرخش و حرکت دوربین برای ایجاد زاویه دید جذاب

طراحی خلاقانه

3

استفاده از ترکیب بندی و طراحی خلاقانه برای ارائه محتوای جذاب

تجهيزات لازم برای تولید
محتوا با گوشی



دوربین گوشی

1

کیفیت تصویر

با پیشرفت های فناوری، دوربین گوشی های امروزی قابلیت ثبت تصاویر با کیفیت بالا را دارند.

3

آشنایی با تنظیمات

آشنایی با تنظیمات دوربین گوشی کمک می کند تا بتوانید حداکثر کیفیت را از آن به دست آورید.

2

قابلیت های پیشرفته

امکاناتی مانند حالت پرتره، زوم دیجیتال و تنظیمات دستی دوربین موجب افزایش کیفیت فیلم برداری و عکاسی می شود.



منبع نور



کیفیت تصویر در گرو کیفیت نور است در صورت تولید محتوا در فضای باز می‌توان از نور خورشید به عنوان منبع نور استفاده کرد، اما برای تولید محتوا در فضای بسته از جمله تولید محتواهای آموزشی و یا استریم باید از منابع نوری مصنوعی استفاده شود که بهترین آن‌ها برای استفاده همراه با موبایل رینگ لایت است.

رینگ لایت



دارای نمایشگر و پایه

ضبط صدا

برای تولید محتوای ویدیویی و صوتی، استفاده از یک میکروفون مناسب نیز برای افزایش کیفیت صدا بسیار حائز اهمیت است.



میکروفون



میکروفون‌ها به صورت بی سیم طراحی شده و قابلیت اتصال به یقه را دارند که این میکروفون‌ها برای تولید محتوای ویدیویی، آموزشی، استریم و یا ضبط پادکست مناسب هستند.



میکروفون

میکروفون‌های شاتگان نیز می‌توانند برای
تولید محتوای ویدئویی در فضای باز
مورد استفاده قرار گیرند.



حامل گوشی

برای افزایش کیفیت محتواهای تصویری ضبط شده با استفاده از موبایل، باید میزان لرزش گوشی به صفر برسد. بنابراین جهت تولید محتوای تصویری با موبایل باید از انواع سه پایه و استبلايزر استفاده شود تا گوشی را در محل مورد نظر به صورت ثابت نگه دارد





گیمبال موبایلی



سه پایه و مونوپاد

لنز گوشی



استفاده از لنزهای دوربین موبایل علاوه بر افزایش کیفیت تصویر، سبب افزایش وضوح تصویر نیز شده و قابلیت تغییر کنتراست و میزان نوردهی را نیز در اختیار کاربر قرار می‌دهد.



بک گراند یا فون عکاسی

از جمله تجهیزاتی که خیلی ضروری نبوده اما می تواند
محتوای تولیدی شما را با کیفیت تر نشان دهد، انواع
فون عکاسی و بک گراند های عکاسی است.





لايت باكس



قلم نوری



استفاده از قلم نوری سبب می شود تا کاربر در حین
اجرای طراحی ها و یا ویرایش محتواها تسلط بیشتری
داشته باشد





چگونه محتوای جذاب و متنوع تولید کنیم؟

1

تنوع در موضوعات

انتخاب موضوعات متنوع و جالب توجه برای مخاطبان

2

خلاقیت در ساخت

استفاده از تکنیک‌های خلاقانه در طراحی و ساخت محتوا

3

جذابیت بصری

توجه به جذابیت بصری و کیفیت تصویری در تولید محتوا

استراتژی های بازاریابی محتوا با گوشی



استفاده از هشتک‌های مناسب برای افزایش دیده شدن محتوا

استفاده از هشتک‌ها

پاسخ به نظرات و پیام‌های مخاطبان برای ایجاد ارتباط

تعامل با مخاطبان

تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی برای دستیابی به مخاطبان مناسب

تبلیغات تارگت شده

همکاری با افراد تاثیرگذار برای معرفی محتوا به مخاطبان جدید

همکاری با نفوذگران



نتیجه گیری و توصیه های کلیدی

1 استفاده هوشمندانه از گوشی

بهره گیری از قابلیت های گوشی برای تولید محتوای متنوع و جذاب

2 توجه به کیفیت محتوا

بهبود کیفیت بصری، محتوایی و ویرایشی محتوا برای جذب مخاطب

3 استراتژی بازاریابی قدرتمند

اتخاذ استراتژی های موثر برای معرفی و انتشار محتوا در فضای آنلاین

4 خلاقیت و نوآوری

ایجاد محتوای خلاقانه و منحصر بفرد برای تمایز از رقبا



انواع نور در عکاسی

عکاسی به کنترل نور بسیار وابسته است. در این مجموعه، انواع مختلف نور از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

انواع نور طبیعی

نور خورشید

نور خورشید منبع اصلی نور طبیعی است که با تغییر موقعیت آفتاب در طول روز خصوصیات مختلفی پیدا می کند.

نور آسمان

نور آسمان پراکنده شده از ذرات موجود در جو زمین است که نورپردازی نرم و یکنواختی ایجاد می کند.

نور ماه

نور ماه، نوری ملایم و آرامش بخش است که امکان عکاسی در شب را فراهم می کند.

انواع نور طبیعی

نور تخت – Flat Light

نور تخت زمانی ایجاد می شود که منبع نور مستقیماً در مقابل سوژه قرار داشته باشد. با توجه به اینکه در این حالت، نور زاویه ای ندارد، سایه تولید شده با این روش کمتر است.

انواع نور طبیعی

نورپردازی از پشت – Backlight



نورپردازی از پشت زمانی انجام می‌شود که منبع نور پشت سر سوژه باشد و سوژه بین نور و دوربین قرار بگیرد. نورپردازی از پشت می‌تواند فرصت بسیار خوبی برای بازی با سایه‌نما (سیلوئت) و سایه‌های کشیده در عکس باشد. ایراد بالقوه این روش نورپردازی این است که تراز سفیدی تصویر از بین می‌رود و خیلی از جزئیات سوژه حذف می‌شوند.

انواع نور طبیعی

نور نرم – Soft Light

نورپردازی نرم یا ملایم زمانی انجام می‌شود که منبع نور پخش می‌شود. در نتیجه، تاثیر آن نسبت به وقتی که یک منبع نور مستقیم وجود دارد، ظریف‌تر و ملایم‌تر است. با استفاده از نورپردازی ملایم، سایه‌های تولید شده خیلی قوی و پررنگ نخواهند بود و کنتراست بین قسمت‌های تیره و روشن عکس، کمتر است.

انواع نور طبیعی



نورپردازی یک طرفه – Split Lighting

نورپردازی یک طرفه یا تقسیم شده در حالتی ایجاد می شود که نور با زاویه ۹۰ درجه به سوژه برخورد می کند. نتیجه این نوع نورپردازی در عکاسی این است که یک خط در مرکز سوژه ایجاد می شود و یک سمت آن کاملاً روشن و سمت دیگر کاملاً در تاریکی قرار می گیرد. این تکنیک برای پرتره های دراماتیک بسیار مناسب است؛ بخصوص اگر به جای نورپردازی نرم، از نورپردازی سخت استفاده می کنید.

انواع نور طبیعی

نور سخت – Hard Light

نور سخت که نقطه مقابل نور نرم است، زمانی شکل می گیرد که منبع نور مستقیماً روی سوژه می تابد. این نوع نورپردازی در عکاسی باعث ایجاد کنتراست زیاد و شدت گرفتن سایه های تیره و رنگ های روشن می شود و معمولاً با استفاده از نور خورشید در وسط روز ایجاد می شود.

انواع نور طبیعی

نور حاشیه – Rim Light



می‌توان نور حاشیه را با استفاده از نور پس زمینه ایجاد کرد که در آن زاویه نور از پشت یا بالا است. در این حالت، نور طوری به سوژه برخورد می‌کند که بسته به جهت تابش نور، اطراف سوژه یک مرز درخشان یا هایلایت ایجاد شود و باعث درخشان شدن خط مرز سوژه با پس زمینه می‌شود.



انواع نور مصنوعی

نور ترکیبی

استفاده از ترکیب نور طبیعی و مصنوعی می تواند نتایج منحصر به فرد و خلاقانه ای به ارمغان آورد.

3

2

1

نور فلاش

فلاش دوربین لحظه ای نور شدیدی فراهم می کند که برای عکسبرداری در شرایط نوری ضعیف مفید است.

نور مداوم

این نور مصنوعی، مانند لامپ های استودیو، امکان مشاهده و کنترل نتیجه را در زمان عکاسی فراهم می کند.

دمای رنگ و تراز سفیدی



اهمیت تنظیم موقعیت و شکل نورپردازی در عکاسی



نور مستقیم و غیر مستقیم

1 نور مستقیم

نوری که به طور مستقیم به سوژه برخورد می کند، سایه های واضح و کنتراست بالایی ایجاد می کند.

2 نور غیر مستقیم

نوری که از سطوح دیگر منعکس می شود، موجب نورپردازی نرم و حالت های لطیف تری می گردد.



© 2022
TUSEP/1000000

Part of the
collection

1000000

1000000



1000000

1000000



نور گرم و سرد



نور گرم

نور زرد و نارنجی که احساس آرامش و صمیمیت ایجاد می کند.



نور سرد

نور آبی و سفید که جلوه‌ای مدرن و شیک به تصویر می دهد.



ترکیب رنگ‌ها

تلفیق نورهای گرم و سرد می تواند نتایج خلاقانه‌ای ایجاد کند.

اصلاح کننده‌های نور

از اصلاح کننده‌های نور (Modifier) برای تغییر و اصلاح کیفیت منبع نور استفاده می‌شود که طرفدارترین آنها عبارتند از:

✓ **چتر:** چتر فلاش یکی از اصلاح کننده‌های نور مقرون به صرفه است که به راحتی می‌توان از آن استفاده کرد. این ابزار کاربرد زیادی در عکاسی پرتره دارد و یک نور منتشر شده و نرم روی سوژه ایجاد می‌کند.

✓ **سافت باکس:** سافت باکس‌ها هم یکی از اصلاح کننده‌های نور بسیار مناسب برای عکاسان مبتدی هستند و مدل‌های ارزان قیمت زیادی از آنها در بازار وجود دارد. سافت باکس یک نور ملایم ایجاد کرده و امکان کنترل نورپردازی را فراهم می‌کند. این ابزار به شما امکان می‌دهد که بدون روشن کردن پس زمینه، روی سوژه نور بتابانید. این ابزارها هم برای عکاسی پرتره بسیار مفید هستند و استفاده از آنها کاملاً راحت است.

✓ **گرید یا گرید باکس:** می‌توانید به سافت باکس، توری (گرید) اضافه کنید یا اینکه گرید باکس را به صورت آماده بخرید تا تابش نور از منبع را بیشتر کنترل کنید.

✓ **بیوتی دیش:** بیوتی دیش ابزار بسیار خوبی برای عکاسی از سر و شانه است و اغلب عکاسان فشن از آن استفاده می‌کنند.

نور پایدار و متغیر

1

نور پایدار

نور ثابت و قابل پیش‌بینی که امکان کنترل و تنظیم بهتر را فراهم می‌کند.

2

نور متغیر

نور متغیر در طول زمان، مانند نور طبیعی آفتاب، چالش‌های خاص خود را دارد.

3

نور ترکیبی

استفاده از ترکیب نورهای پایدار و متغیر می‌تواند انعطاف‌پذیری بیشتری فراهم کند.





نور کم و پر

نور کم

نورپردازی ملایم با کنتراست پایین که حس آرامش و ظرافت می دهد.

نور پر

نورپردازی شدید با کنتراست بالا که حس قدرت و دینامیک ایجاد می کند.

نور ترکیبی

ترکیب نورهای کم و پر می تواند نتایج خلاقانه و متنوعی به ارمغان آورد.

کنترل نور

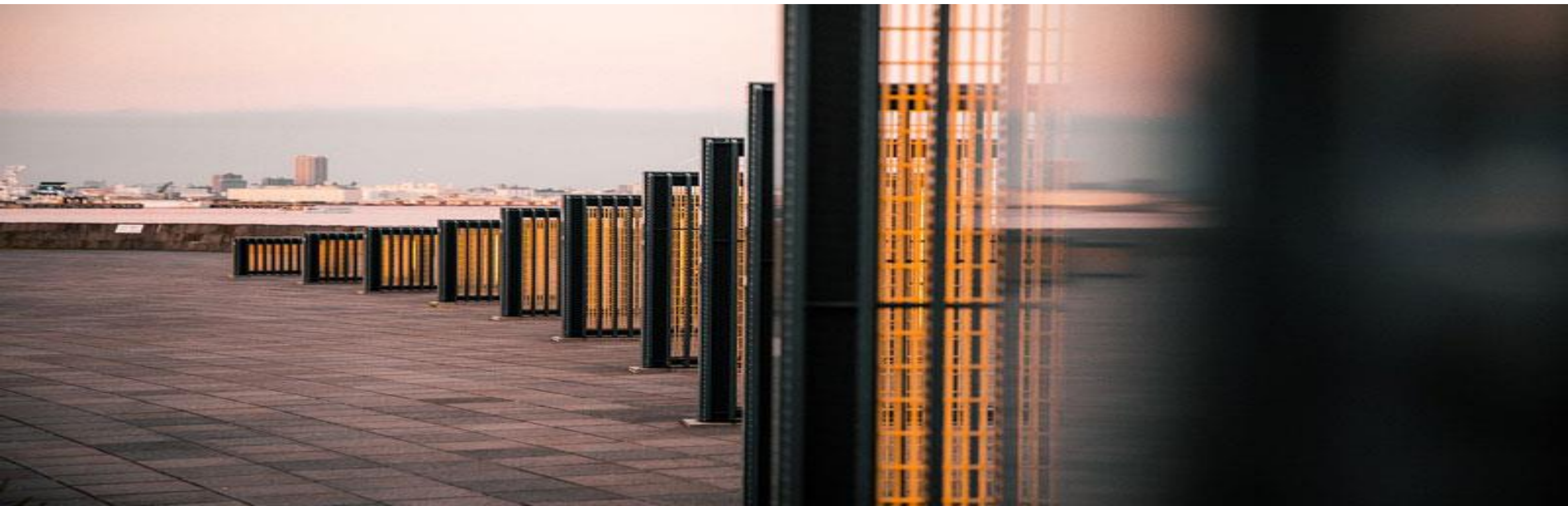
بهره گیری از ابزارهای نورپردازی مانند رفلکتور و دیفیوزر امکان کنترل نور را فراهم می کند.

نور قوی و ضعیف

نور قوی	نور ضعیف
ایجاد کنتراست شدید	ایجاد کنتراست ملایم
تاکید بر جزئیات	نمایش فضا و محیط
ایجاد سایه واضح	ایجاد سایه‌های نرم



اصول کادربندی در عکاسی



کادر بندی در عکاسی چیست؟

نحوه قرار گرفتن عناصر تصویر؛ جهت ایجاد تناسب؛ و وحدت بین عناصر را؛ **کادر بندی در عکاسی** می گویند.
قاب یا کادر می تواند در کنار لبه های تصویر یا مرکز قرار بگیرد.

تفاوت بین کادربندی و ترکیب بندی

کادربندی در عکاسی، اشاره به محل قرار گیری فیزیکی دوربین عکاسی دارد؛ اما ترکیب بندی، به عناصر در صحنه اشاره دارد.

نوع قرار گیری و جهت دهی دوربین عکاسی؛ کادربندی را تعیین می کند؛
نوع چیدمان عناصر؛ و اجزا در تصویر؛ ترکیب بندی را تعیین می کند.

انواع کادر بندی در عکاسی

کادر بندی مربع:

این کادر بندی بدون تحرک، ساکن و آرام است. به دلیل مساوی بودن اضلاع به آن مربع گفته می شود. این نوع کادر باعث می شود توجه مخاطب به هر ۴ ضلع جلب شود.

کادر بندی افقی:

در این کادر مستطیل افقی، نقطه ها به شکل افقی و در جهت چپ و راست حرکت می کنند. این نوع کادر بندی؛ در عکاسی از طبیعت؛ مناظر؛ و در راستای خط افق؛ کاربرد زیادی دارد.

کادر بندی عمودی:

در این کادر مستطیل عمودی، نقطه ها به شکل عمودی و در جهت پایین و بالا حرکت می کنند. هنگامی که در تصاویر خود اجزا و عناصر عمودی دارید، استفاده از این کادر عالی است. نکته قابل توجه این است که کادر بندی عمودی نسبت به افقی پرتحرک تر است و در عکاسی از ساختمان ها، برج ها، گلدسته های مساجد و درختان استفاده می شود.

زاویه دید

کادربندی و زاویه دید از بالا:

دوربین عکاسی بالاتر از سطح سوژه عکاسی قرار می گیرد، و سوژه عکاسی کوچک تر به نظر می آید.

کادربندی و زاویه دید از رو به رو:

دوربین عکاسی بر خط افق عمود و در راستای محور چشم عکاس است.

برای عکاسی از چهره استفاده می شود و تصاویر طبیعی هستند.

کادربندی و زاویه دید از پایین:

در این حالت دوربین عکاسی پایین تر از سطح سوژه است؛ و باعث اغراق در تصویر می شود؛ و در نتیجه سوژه پادارتر جلوه می کند.

فضای منفی در عکاسی



به ناحیه‌ی بین و اطراف اشیاء در تصویر فضای منفی در عکاسی گفته می‌شود. فضای منفی در عکاسی، که گاهی به عنوان فضای سفید نیز شناخته می‌شود، در واقع، برای بهتر دیده شدن اشکال و اندازه‌ها و در نهایت ترکیب‌بندی بهتر تصویر، استفاده می‌شود.

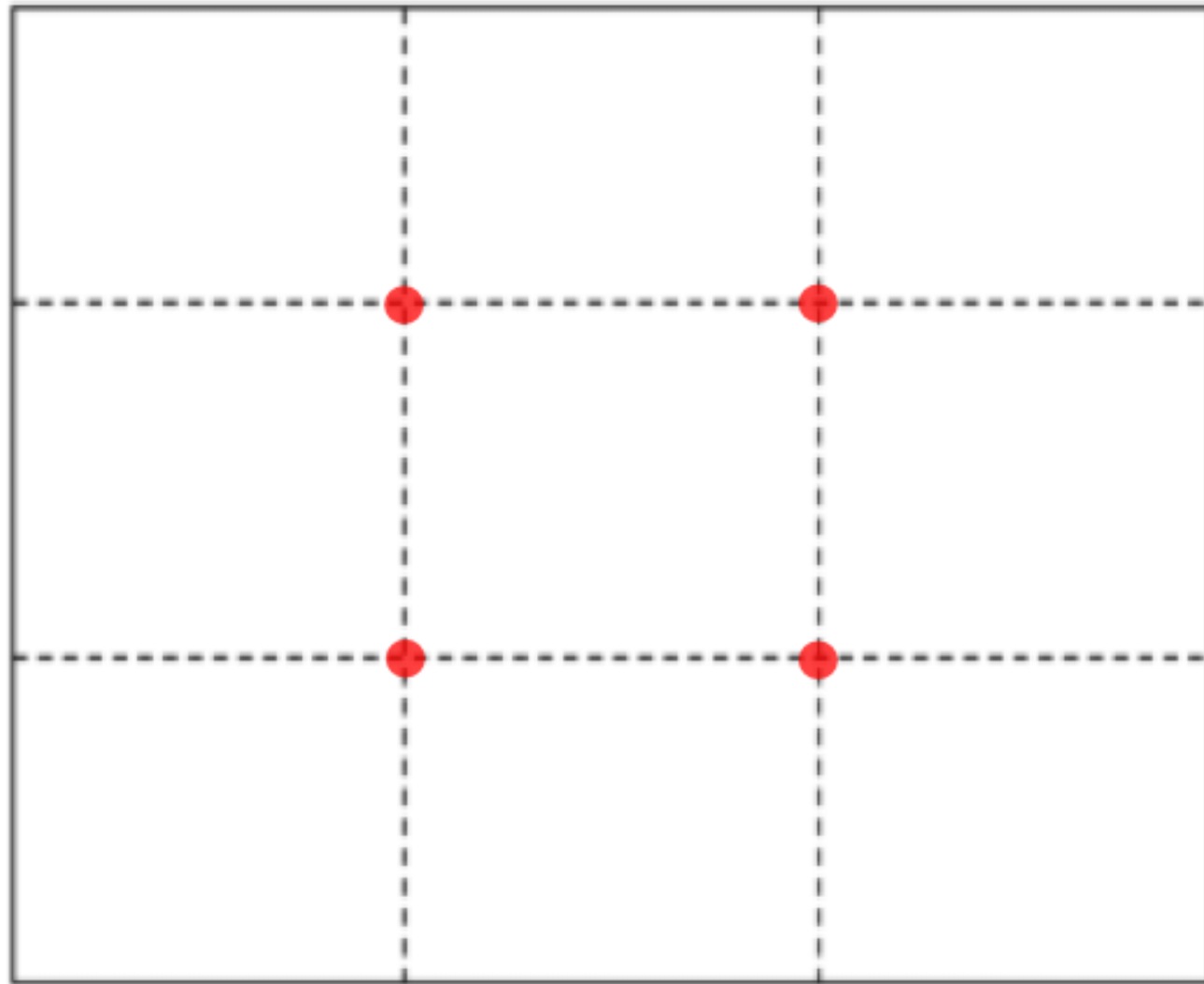
به زبان ساده‌تر، فضای منفی در عکاسی به فضایی گفته می‌شود که اطراف عکس شما را احاطه می‌کند.

در مقابل فضای منفی، فضای مثبت قرار دارد که همان سوژه و مفهوم اصلی تصویر می‌شود و در دل فضای منفی قرار می‌گیرد.

فضای منفی کمک می‌کند فضای مثبت و سوژه‌ی اصلی عکاسی بهتر دیده شود و ذهن بهتر بتواند بر روی سوژه متمرکز شود.

قانون یک سوم در عکاسی Rule of Thirds

قانون یک سوم در عکاسی به محل قرارگیری سوژه بر روی خطوط فرضی عمودی و افقی ۹ قسمتی اشاره دارد.



قانون یک سوم از رسم دو خط عمودی و افقی متقاطع تشکیل می‌شود. به نقاط قرمز رنگ در این تصویر، نقاط طلایی گفته می‌شود. طبق قانون یک سوم در عکاسی، سوژه بهتر است بر روی نقاط طلایی و یا در امتداد خطوط متقاطع قرار بگیرد.









استفاده از تقارن

تقارن ویژگی یک شیء یا عکس است که دوطرف آن یکسان و نسبت به خط میانی متضاد باشد. تقارن، چیزی است که صحنه را در توازن و هارمونی قرار می دهد و ترکیب بندی را برای چشم خوش آیند تر می سازد.



استفاده از کادر در کادر

استفاده از یک قاب؛ یا کادر در کادر تصویر؛ باعث جلب توجه بیننده می شود؛ عمق داخل صحنه؛ را نشان می دهد.
می توانید از شاخه های طبیعی درختان پنجره و... استفاده کنید.



استفاده از بازتاب

چشم به دنبال انعکاس ها و بازتاب هاست. بنابراین به دنبال پیدا کردن این فرصت باشید. آبرفت ها مکان هایی هستند که از زوایای مختلف میشه به آنها نگاه کرد. خارج از یک چاه و می توان آنها را پیدا کرد و در مقدار کمی که هستند بزرگتر از حجم آب و آینه و عینک آفتابی و سطوح فلزی بازتاب دارند.

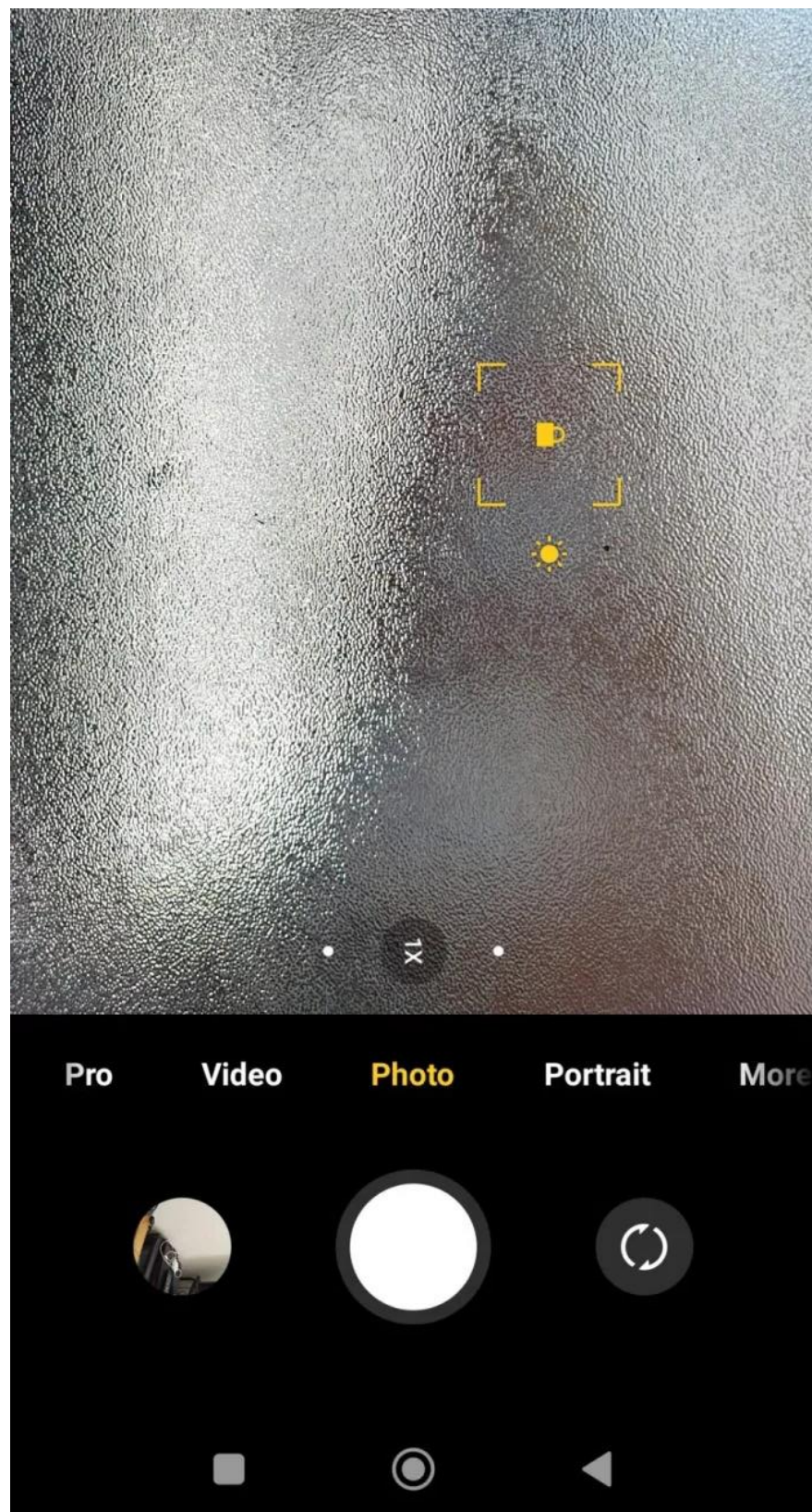


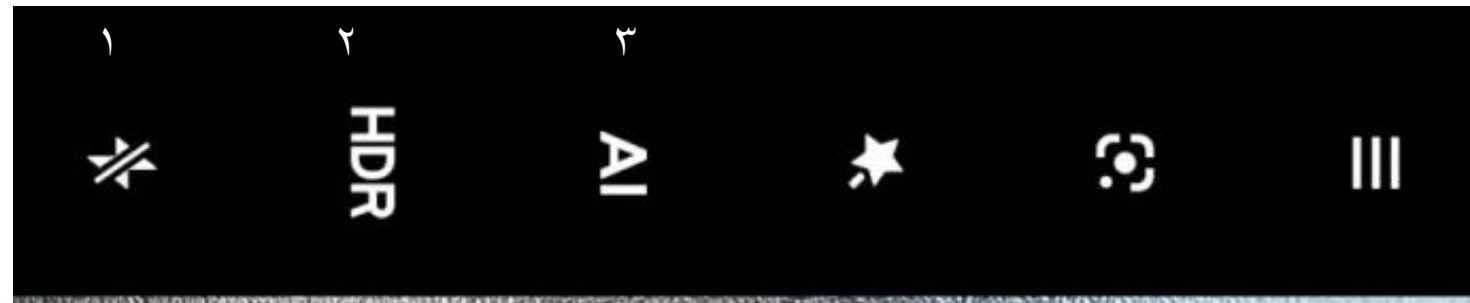
تنظیمات دوربین گوشی شیائومی



حالت Photo

حالت اصلی و پیش فرض عکاسی کردن با دوربین گوشی است. در این حالت اگر دو انگشت خود را به سمت داخل بکشید به دوربین فوق عریض منتقل می شوید و اگر دو انگشت خود را رو به بیرون بکشید دوربین به صورت دیجیتال (یا اپتیکال در صورت وجود دوربین تله فوتو) زوم می کند.





۱- گزینه اول از سمت چپ فلش است که شما می‌توانید آن را در حالت خاموش، روشن، خود کار و دائم روشن قرار دهید.

۲- گزینه بعدی HDR است که می‌توانید آن را خاموش یا روشن کنید یا به روی حالت خود کار قرار دهید که خود دوربین

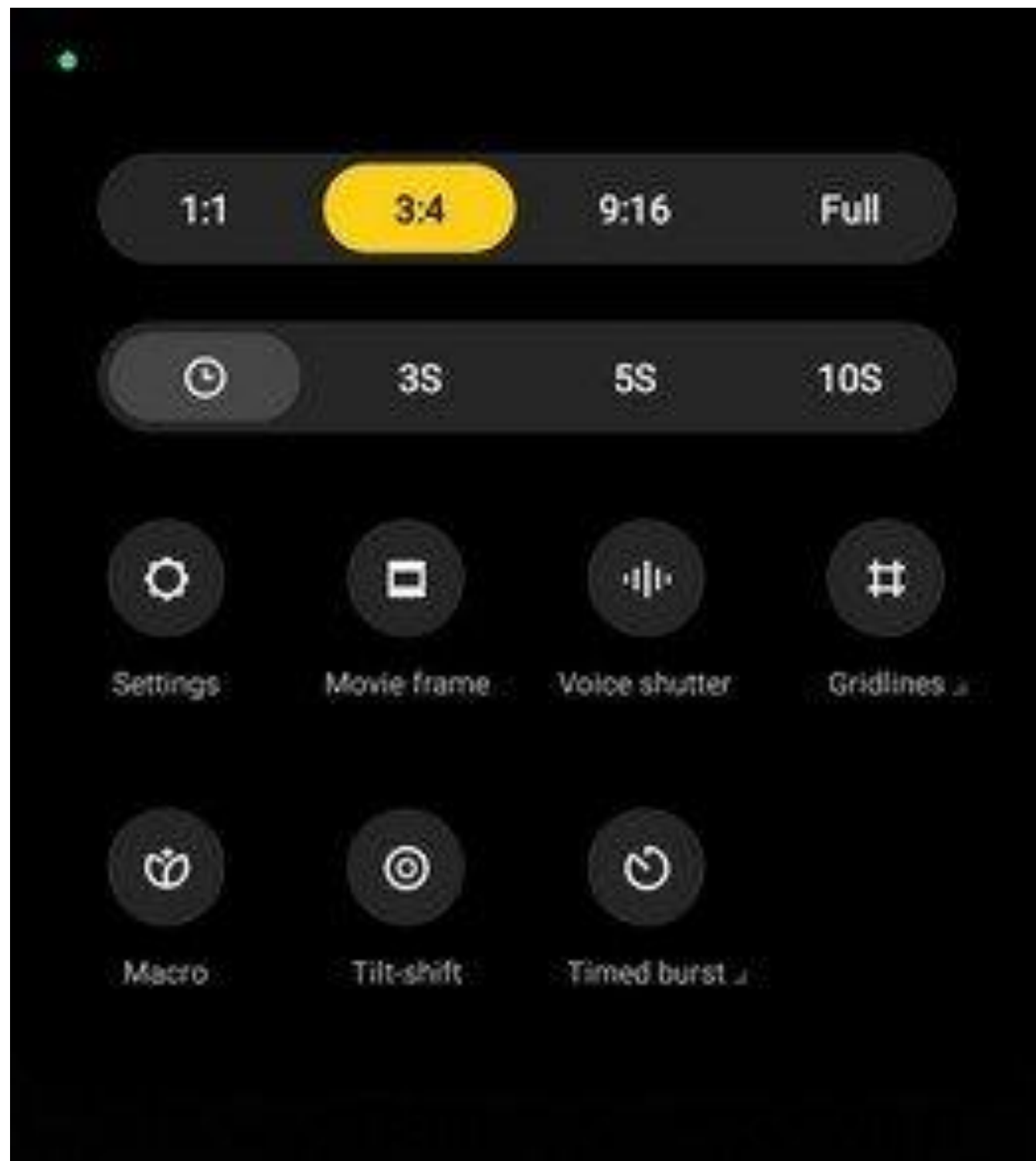
تصمیم بگیرد چه موقع از این قابلیت استفاده کند. این قابلیت باعث افزایش رنج دینامیکی تصاویر ثبت شده توسط شما

می‌شود.



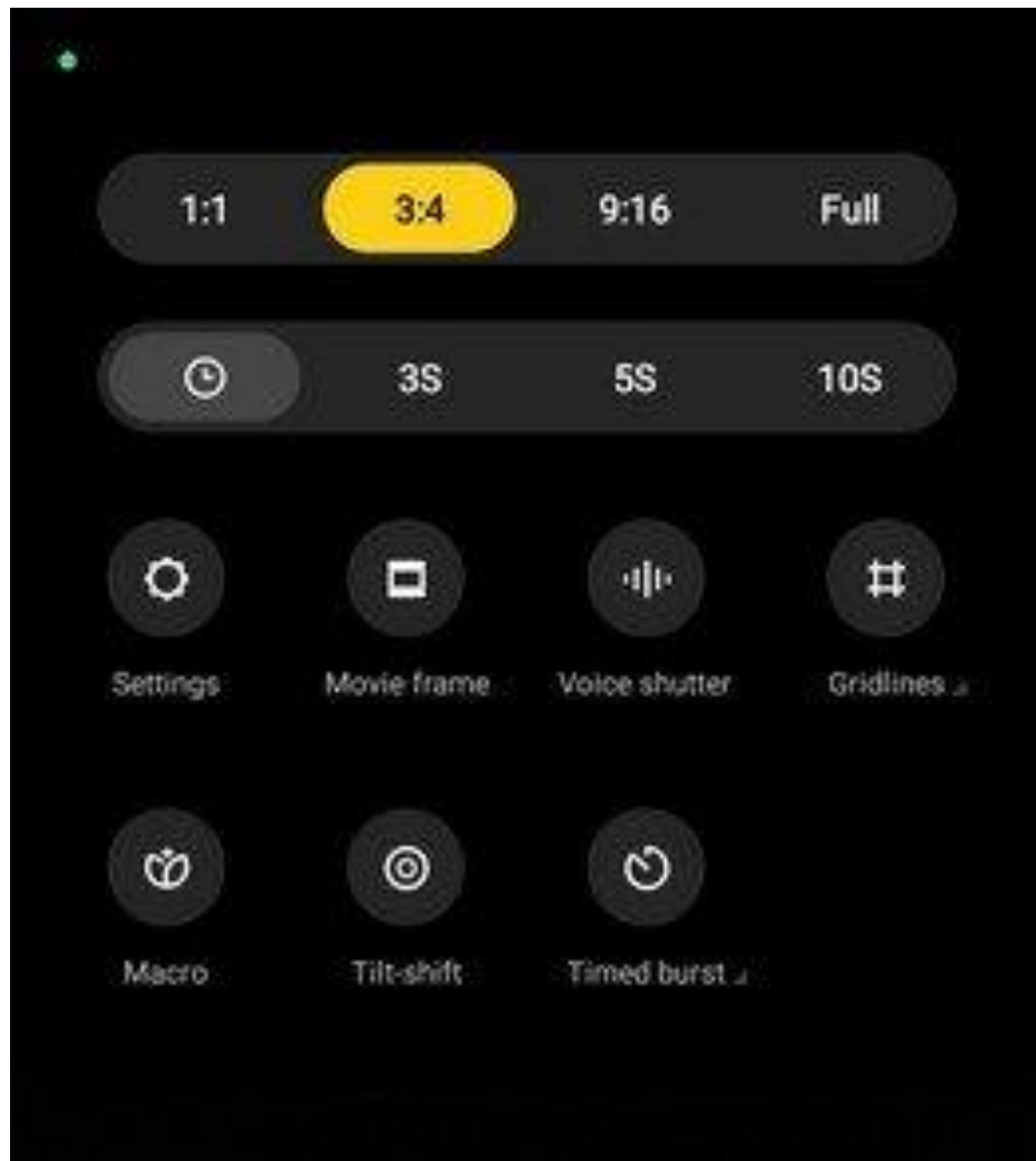
۳- گزینه بعدی AI است که در واقع در صورت روشن بودن آن هوش مصنوعی گوشی می تواند تشخیص دهد که شما در حال عکاسی از چه سوژه ای هستید و باید چه تنظیماتی را بر اساس آن سوژه به خصوص تنظیم کند.

۴- گزینه بعدی که شبیه به یک ستاره است به شما اجازه می دهد تا فیلتر مورد نظر خود را به روی عکس اعمال کنید. در این بخش می توانید فیلترهای مختلف را انتخاب کرده یا حتی فیلترهای جدید را دانلود کنید.

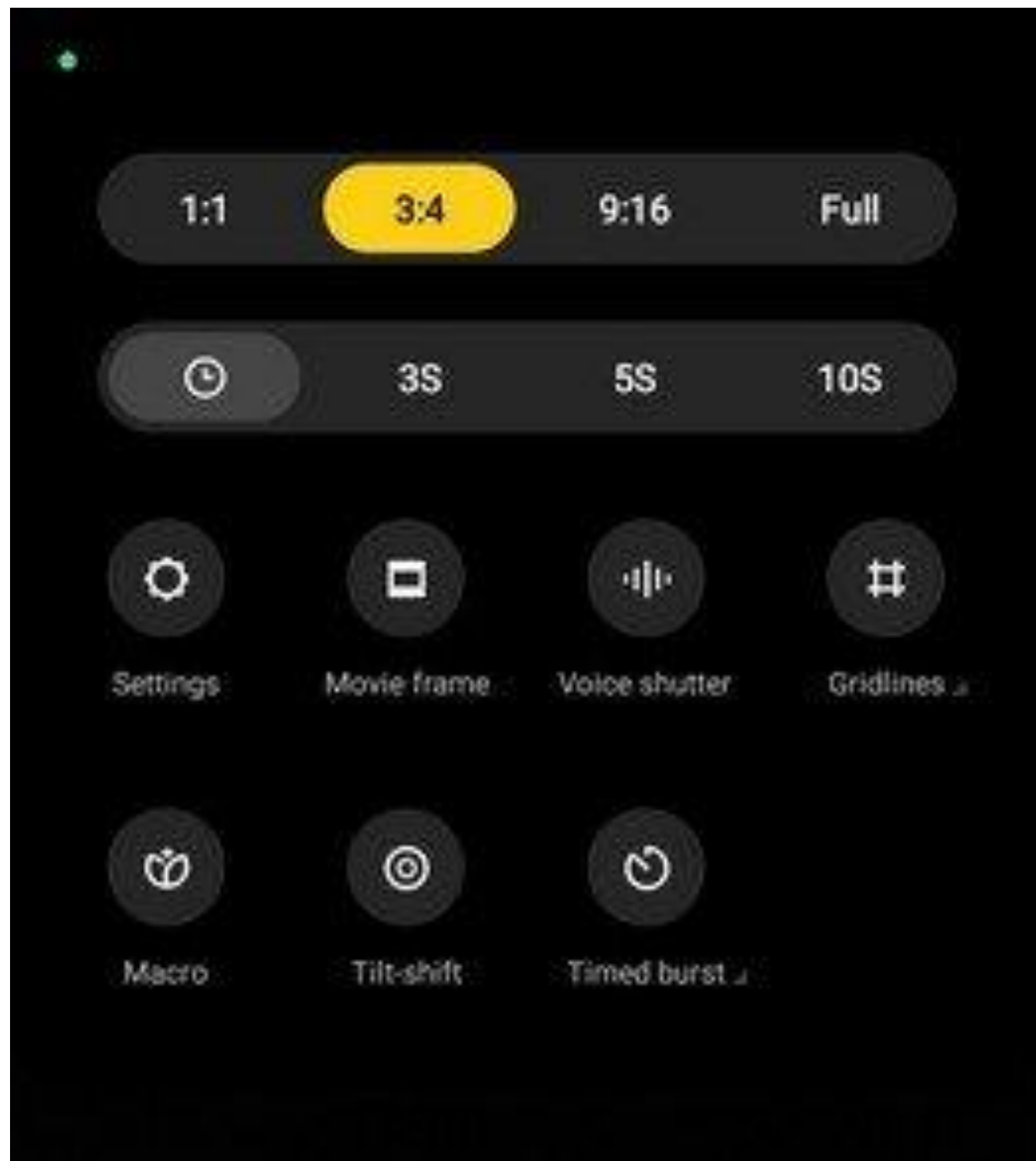


گزینه Movie Frame در این بخش به شما اجازه می‌دهد که رزولوشن و فریم ریت ویدئو خود را انتخاب کنید. هر چقدر رزولوشن و فریم ریت را بالاتر ببرید حجم ویدئو ضبط شده افزایش پیدا می‌کند.

گزینه Gridlines خطوطی عمومی و افقی را به تصویر اضافه می‌کند و با ایجاد مستطیل‌هایی برابر به شما کمک می‌کند تا بسیار بهتر بتوانید در عکس خود کادربندی را رعایت کنید.

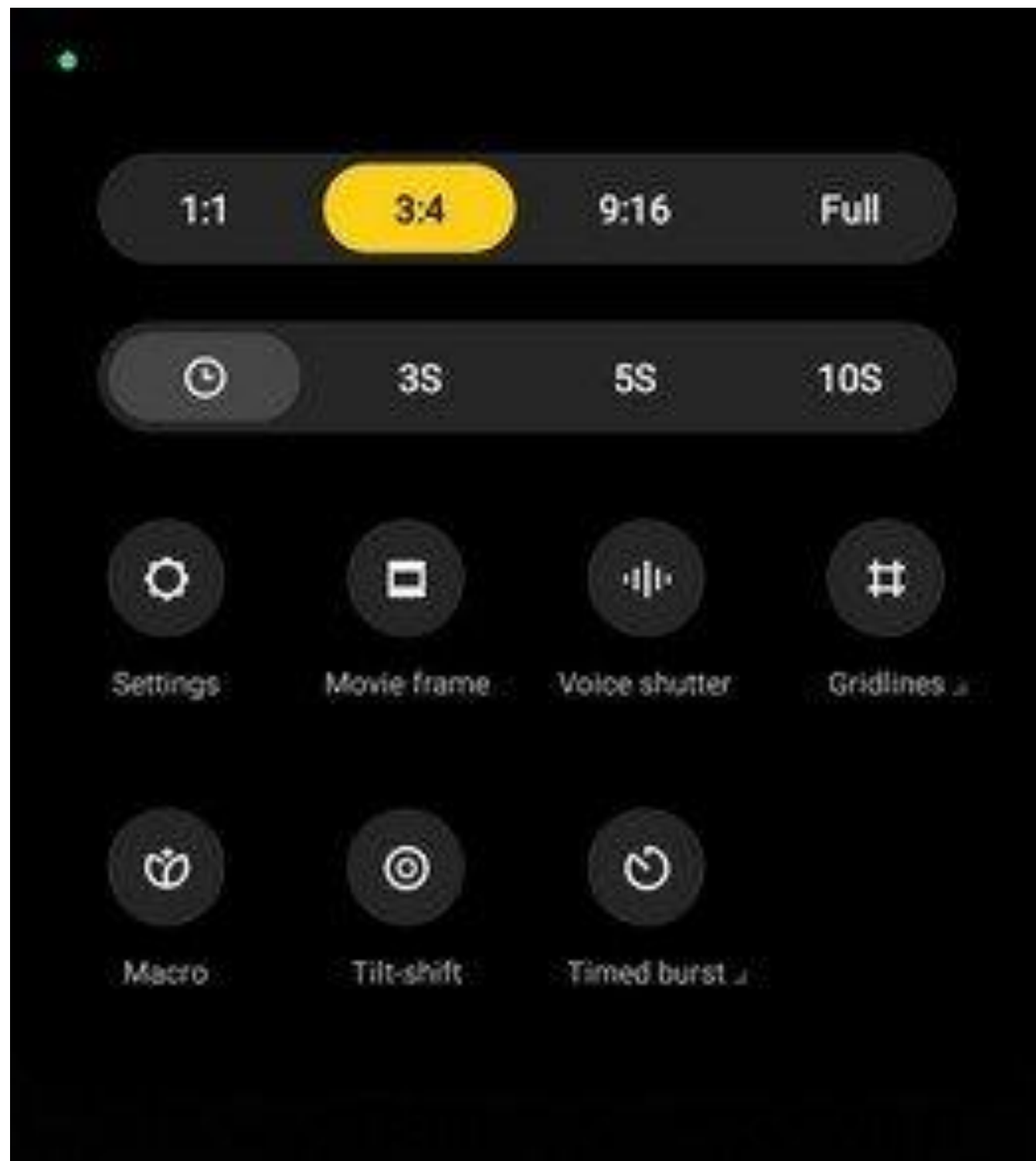


گزینه straighten در این بخش به شما کمک می کند تا بدون کج کردن گوشی از سوژه مورد نظر خود تصویر به ثبت برسانید. در واقع این قابلیت یک فریم مجازی را به دوربین اضافه می کند تا شما را در گرفتن عکس صاف و بدون زاویه راهنمایی می کند.



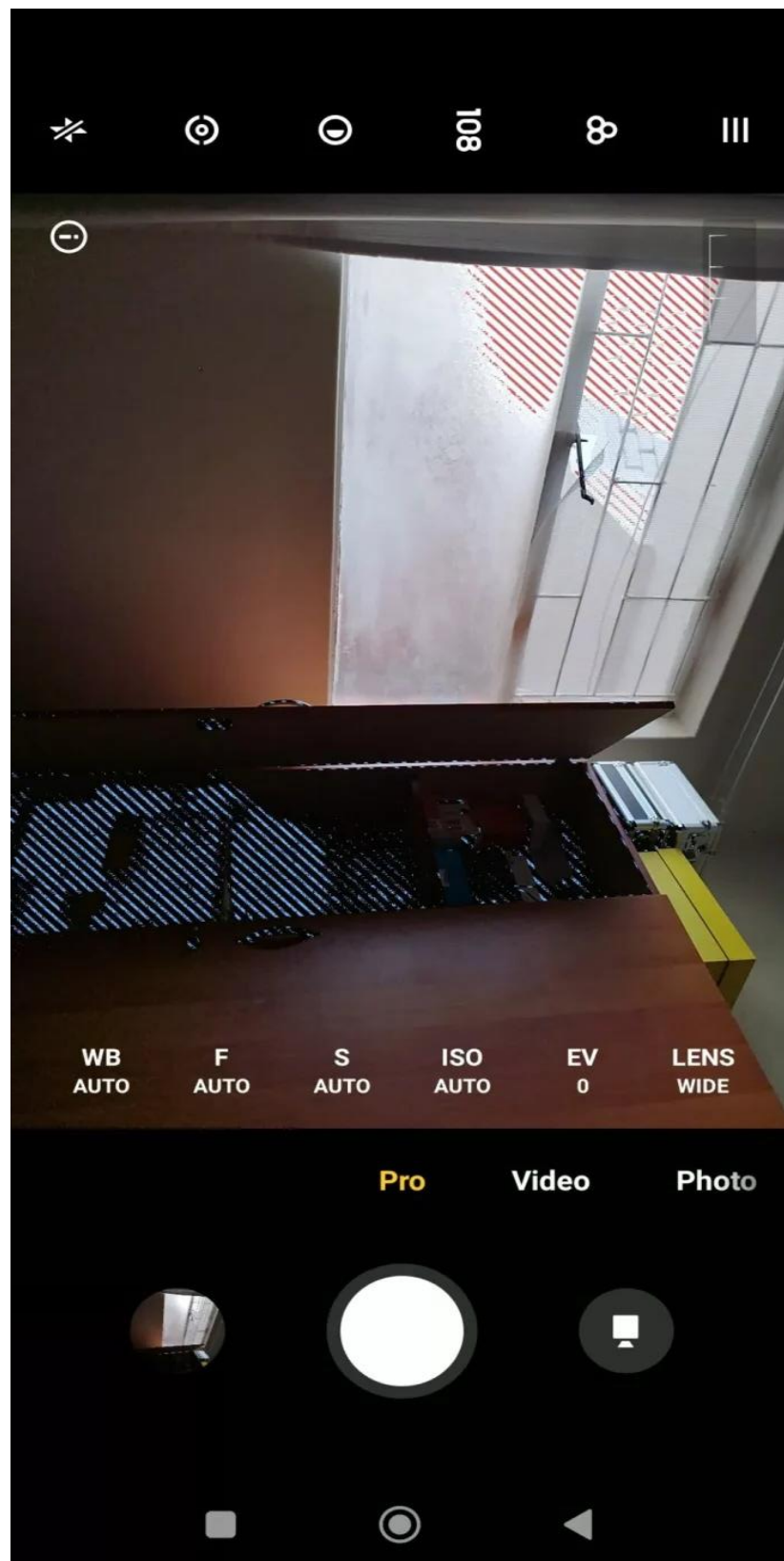
گزینه Macro است. دوربین اصلی گوشی می‌تواند به روی سوژه‌ها در فاصله مشخصی فوکوس کند و اگر بیشتر از مقداری مشخص به سوژه نزدیک شوید دیگر دوربین اصلی نمی‌تواند به روی سوژه فوکوس کند. در این مواقع لنز ماکرو و حالت ماکرو در گوشی به کار شما خواهد آمد.

از طریق این حالت شما می‌توانید تا حد بسیار زیادی به سوژه نزدیک شوید و تصاویر کلوزآپ از سوژه مورد نظر به ثبت برسانید. عموماً دوربین ماکرو می‌توانید در فاصله ۳ تا ۵ سانتی متری سوژه به روی آن فوکوس کند.



گزینه Tilt-shift به نوعی به روی یک سوژه مشخص در تصویر فوکوس کرده و دیگر بخش‌های تصویر را مات می‌کند. به نوعی عملکردی شبیه به پرتره دارد ولی برای ثبت تصاویر از یک سوژه خاص و مثلاً یک گل در طبیعت.

گزینه Timed burst به شما اجازه می‌دهد تا پشت سر هم و با فاصله تعیین کرده عکس‌هایی متوالی به ثبت برسانید. با کلیک به روی این گزینه می‌توانید مشخص کنید که چند عکس می‌خواهید و همچنین تصاویر با چه فاصله زمانی از هم به ثبت برسند.



حالت Pro

حالت پرو یا حرفه‌ای همان طور که از نامش مشخص است به شما اجازه می‌دهد تا به صورت حرفه‌ای عکاسی کنید و فاکتورهای مختلف عکس را به صورت دستی تنظیم کنید. این حالت تنها در صورتی برای شما کاربرد خواهد داشت که به بخش‌های مختلف یک عکس آشنایی داشته باشید و بتوانید به صورت دستی نور و کنتراست و فوکوس و ISO و دیگر موارد را تنظیم کنید.

حالت Portrait

حالت پرتره که چندان نیازی به معرفی کردن ندارد و به احتمال بسیار زیاد با این حالت آشنایی دارید. در حالت پرتره دوربین سوژه را از پس زمینه تشخیص داده و اقدام به جدا کردن آن می کند. در ادامه پس زمینه به حالت مات درمی آید و به این شکل سوژه بسیار بهتر و بیشتر به چشم می آید و عکس حالت بسیار جذاب و حرفه ای به خود می گیرد.

حالت Night

هنگام شب طبق انتظار به دلیل افت نور کیفیت تصاویر کاهش پیدا کرده و جزئیات به طور محسوسی کاهش می‌یابد به خصوص در قسمت‌های تاریک‌تر عکس‌ها. برای بهتر شدن عکاسی در شب با گوشی شیاومی می‌توانید از حالت شب یا Night بهره ببرید.

این حالت کمک می‌کند تا عکس شما را رنج دینامیکی بهتری و وسیع‌تری به ثبت برسد و همچنین رنگ‌ها حالت طبیعی‌تری داشته باشند. در نظر داشته باشید که در صورت استفاده از این حالت باید برای چند ثانیه دست خود را به صورت ثابت نگه دارید تا فرآیند نایت مورد پشت سر گذاشته شود.



حالت Video

حالت ویدئو نیز ساده‌ترین حالت برای ضبط ویدئو است. در حالت فیلم برداری نیز می‌توانید از دوربین فوق عریض استفاده کنید و یا با زوم کردن فیلم خود را به ثبت برسانید. در بالای صفحه نیز گزینه‌های مختلفی دیده می‌شود که مشابه Photo است.

حالت Slow Motion

حالت اسلوموشن برای ثبت فیلم‌های کند شده است و می‌توانید به کمک این قابلیت با دوربین پشت یا جلو اتفاقات را به صورت جذابی کند کنید. به عنوان مثال می‌توانید از یک آتش بازی اسلوموشن تهیه کرده و به صورت بسیار کند روند آتش گرفتن و سوختن را به طور کامل مشاهده کنید.

حالت Panorama

این حالت به شما کمک می کند تا عکس پاناروما به ثبت برسانید. شما می توانید بین دوربین اصلی و فوق عریض جابجا شوید و سپس با لمس دکمه شاتر و چرخاندن گوشی عکس پاناروما به ثبت برسانید. در گرفتن تصاویر پاناروما باید توجه داشته باشید که در یک خط مشخص حرکت کنید و تغییر فریم می تواند عکس را خراب کند.

حالت Movie effects

در این حالت به افکت‌های مختلفی برای فیلم‌های سینمایی دسترسی خواهید داشت تا بهتر بتوانید ویدئو و تصویر از آنها به ثبت برسانید.

حالت Multicam

همان طور که از اسم این حالت مشخص است به شما امکان می دهد تا به صورت همزمان با دو یا حتی چند دوربین خود عکس یا فیلم ضبط کنید. این قابلیت می تواند کاربرد زیاد و جذابی داشته باشد.

حالت Supermoon

اگر می‌خواهید از ماه عکاسی کنید این حالت دقیقا برای شما طراحی شده و کمک می‌کند تا بهترین خروجی ممکن حاصل شود.

حالت Time-Lapse

همان طور که احتمالا می دانید فیلم هایی که در حالت Time-Lapse ثبت می کنید در حال پخش شدن بسیار سریع تر می شوند و فیلم شما با سرعت بسیار بالاتری به نمایش درمی آید. مثلا به کمک حالت Time-Lapse می توانید عبور ابرها را فیلم برداری کرده و بعد به صورت سریع و جذاب به اشتراک بگذارید.

توجه داشته باشید که برای ثبت فیلم های Time-Lapse تا حد امکان گوشی باید ثابت باشد و از آنجایی که باید مدتی نسبتا طولانی فیلم برداری کنید پیشنهاد می کنیم از پایه استفاده کنید. شما حین ثبت فیلم های Time-Lapse نیز می توانید بین دوربین اصلی و فوق عریض جابجا شوید.

حالت رزولوشن کامل

دوربین گوشی‌های میانرده شیائومی عموماً ۴۸، ۶۴، ۱۰۸ یا حتی ۲۰۰ مگاپیکسلی است اما در عمل در حالت پیش فرض دوربین به روی حالت ۱۲ یا ۱۶ مگاپیکسلی تصاویر را به ثبت می‌رساند. این موضوع به دلیل ترکیب کردن پیکسل‌ها با هم و افزایش رنج دینامیکی، کنتراست و روشنایی عکس‌ها است.

اما گاهی نیاز است که به روی حالت رزولوشن کامل عکاسی کنیم تا عکس جزئیات بیشتری داشته باشد. مثلاً زمانی که می‌خواهیم به روی سوژه‌ای زوم کنیم بهتر است عکس را در رزولوشن کامل به ثبت برسانیم و پس از آن عکس را برش بزنیم.

حالت Short Video

همان طور که از نام این حالت مشخص است ویدئوهایی کوتاه به ثبت می‌رساند و در واقع تفاوت آن با ویدئوهای عادی مدت زمان فیلم برداری است. به نوعی فیلم‌های ضبط شده از این طریق از نظر زمانی برای قرارگیری در شبکه‌های مجازی وضعیت بهتری دارند.

حالت Documents

همان طور که از نام این حالت مشخص است شما می‌توانید از آن برای اسکن کردن مدارک خود و تبدیل آن به نسخه دیجیتالی استفاده کنید. این حالت به شما اجازه می‌دهد که به ساده‌ترین شکل ممکن از اسناد و مدارک خود عکاسی کرده و آن‌ها را به شکل مدارک دیجیتال دریاورید.

حالت Long Exposure

این حالت به شما کمک می کند تا تصاویر بسیار جذاب و دیدنی در شب ذخیره کنید. در واقع احتمالا تصاویری از اتوبان ها و خیابان ها را دیده اید که نور ماشین ها یک لاین نوری بسیار جذاب و پیوسته به وجود آورده است. این قابلیت نیز دقیقا همان کار را انجام می دهد و با طولانی کردن Exposure به شما کمک می کند تا عکس هایی شبیه به آنچه گفته شده خلق کنید.





آموزش ادیت عکس با اینشات

CREATE NEW



Video



Photo



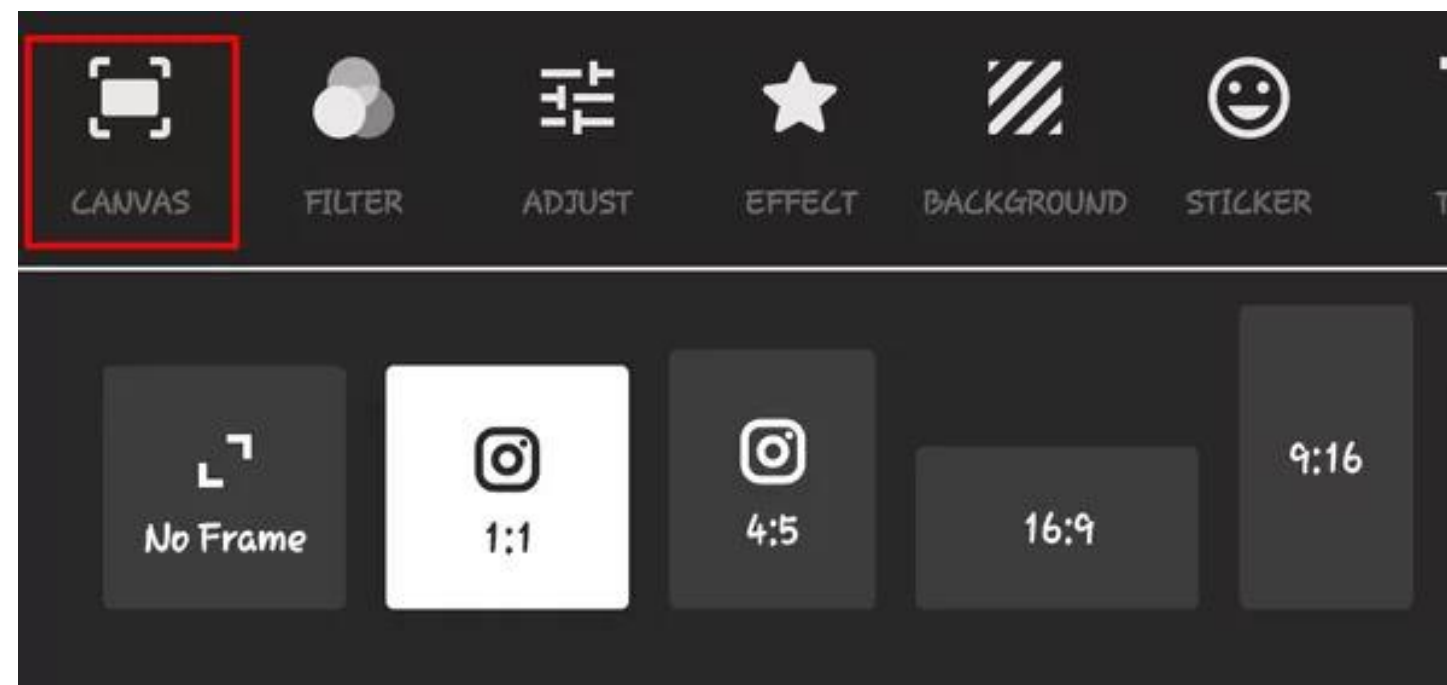
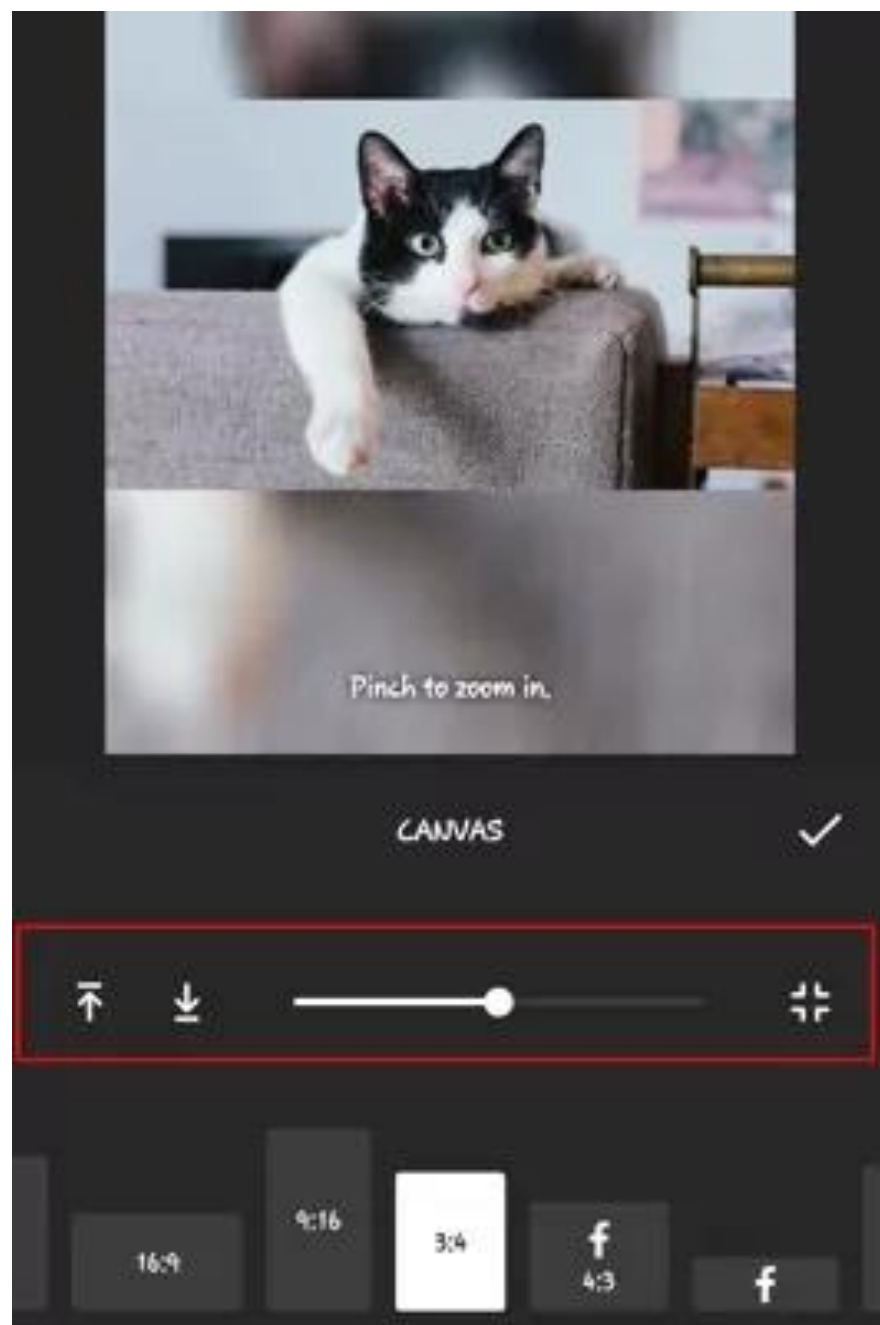
Collage

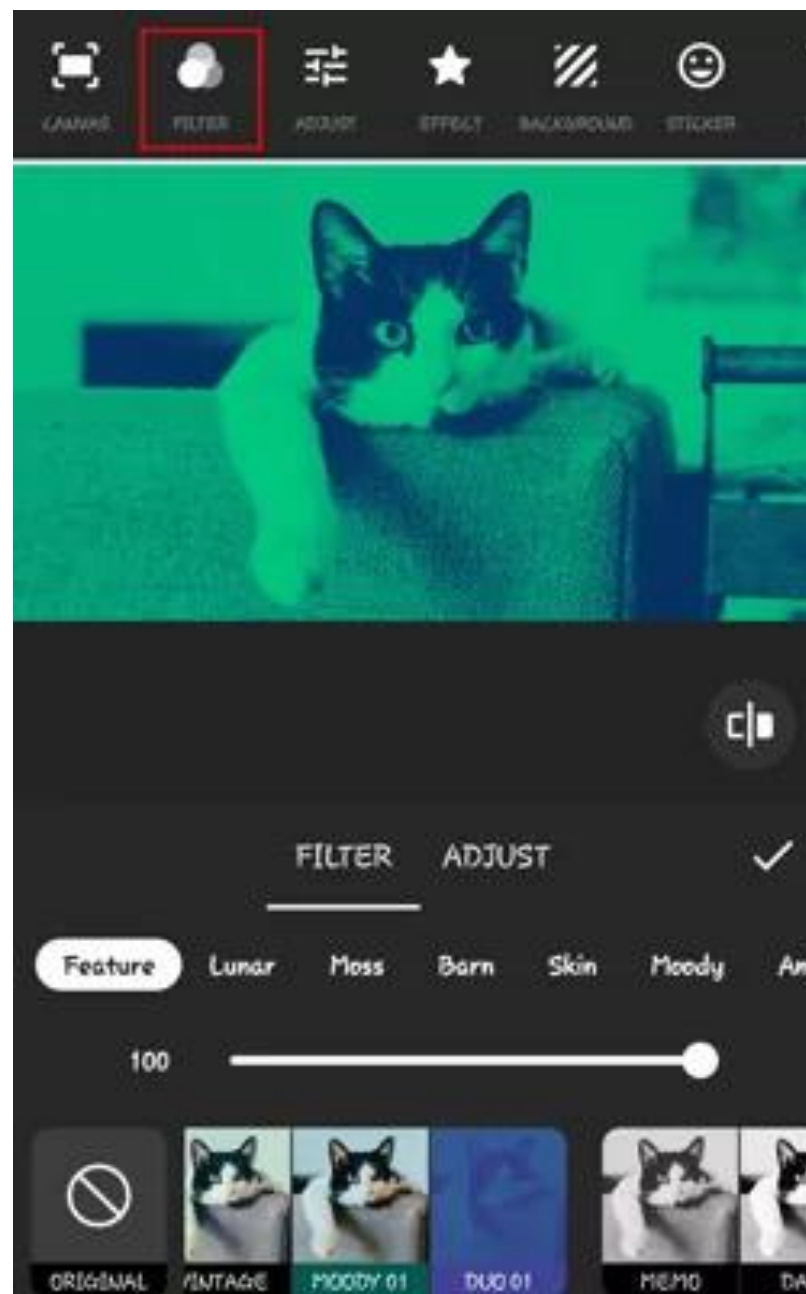


PHOTO

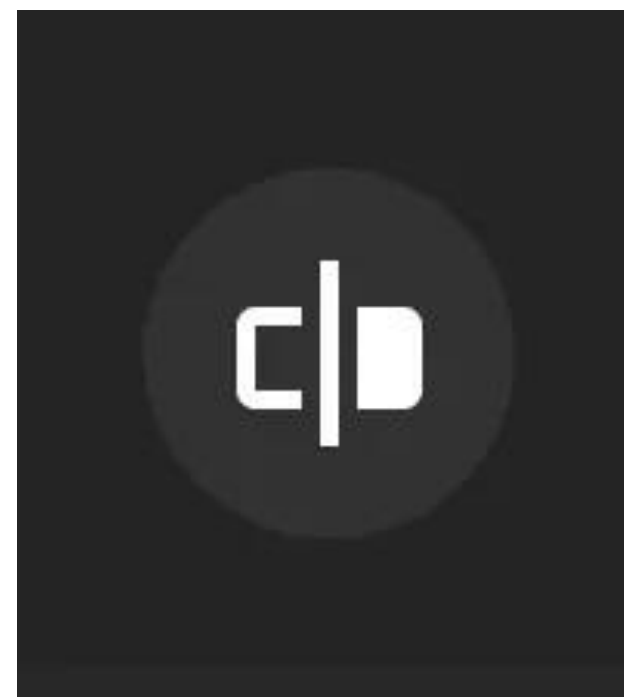


آموزش تنظیم بوم کاری

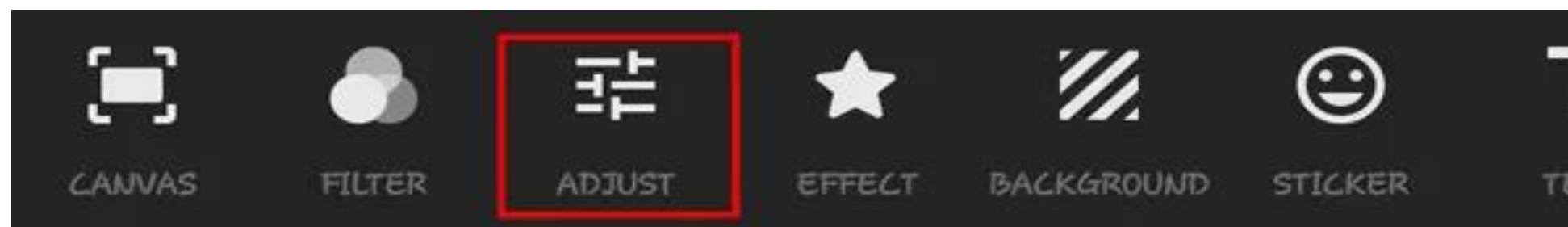




آموزش ادیت عکس با اینشات به کمک فیلترها

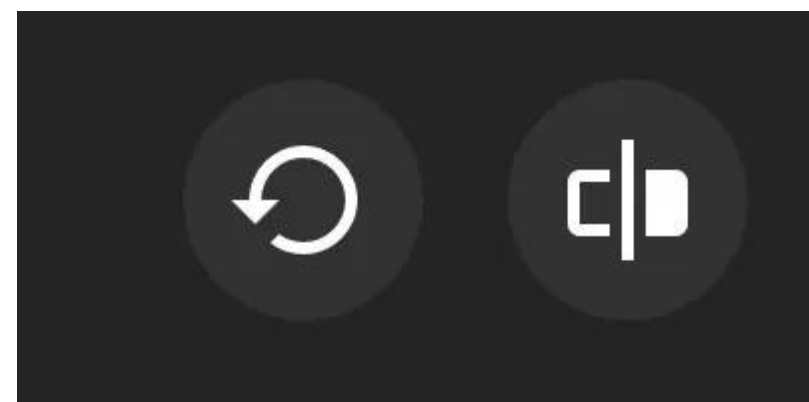
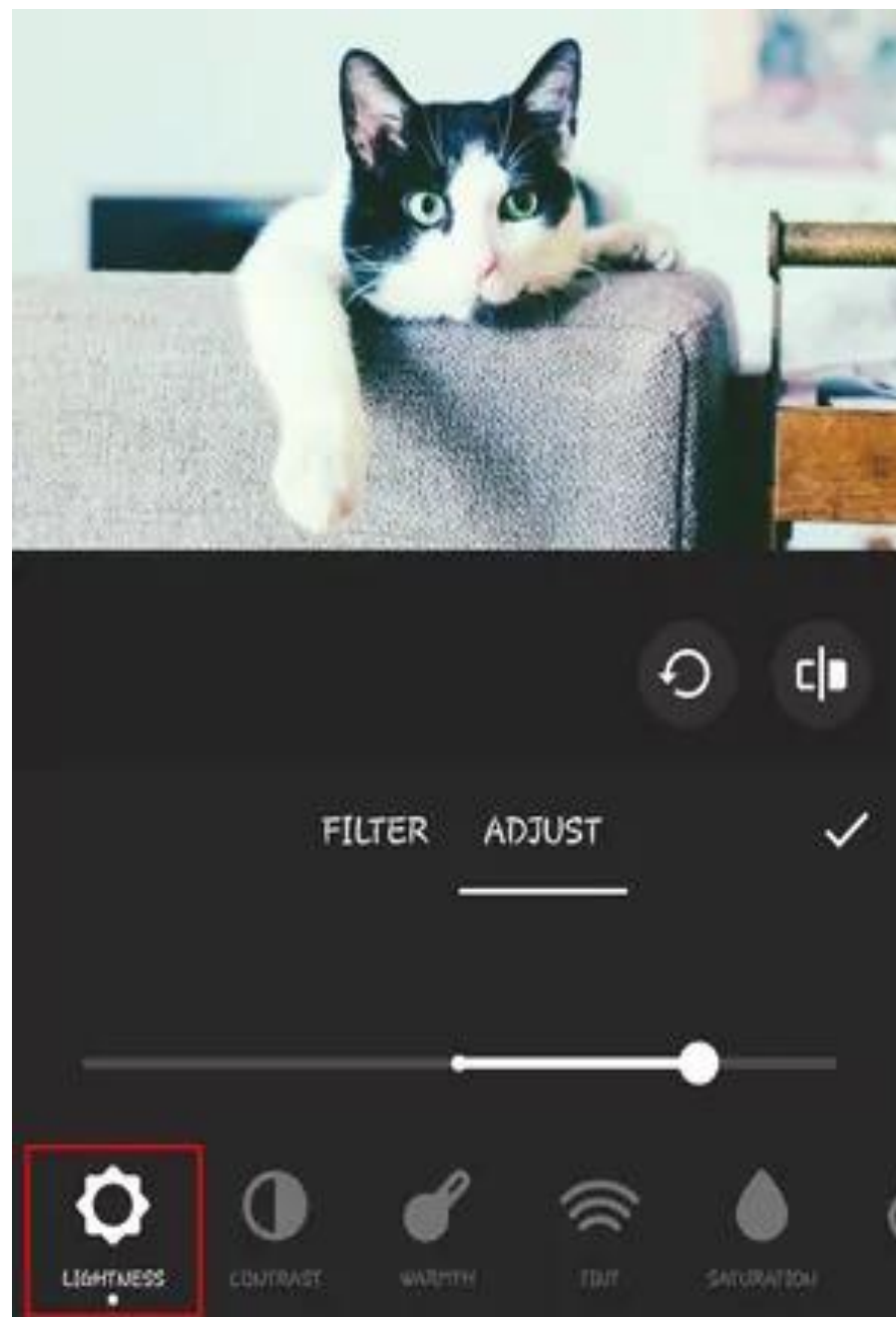


انجام تنظیمات پایه‌ای تصویر در اینشات



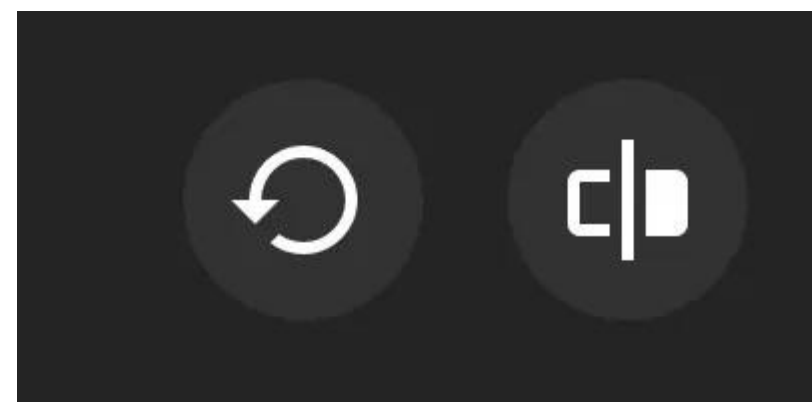
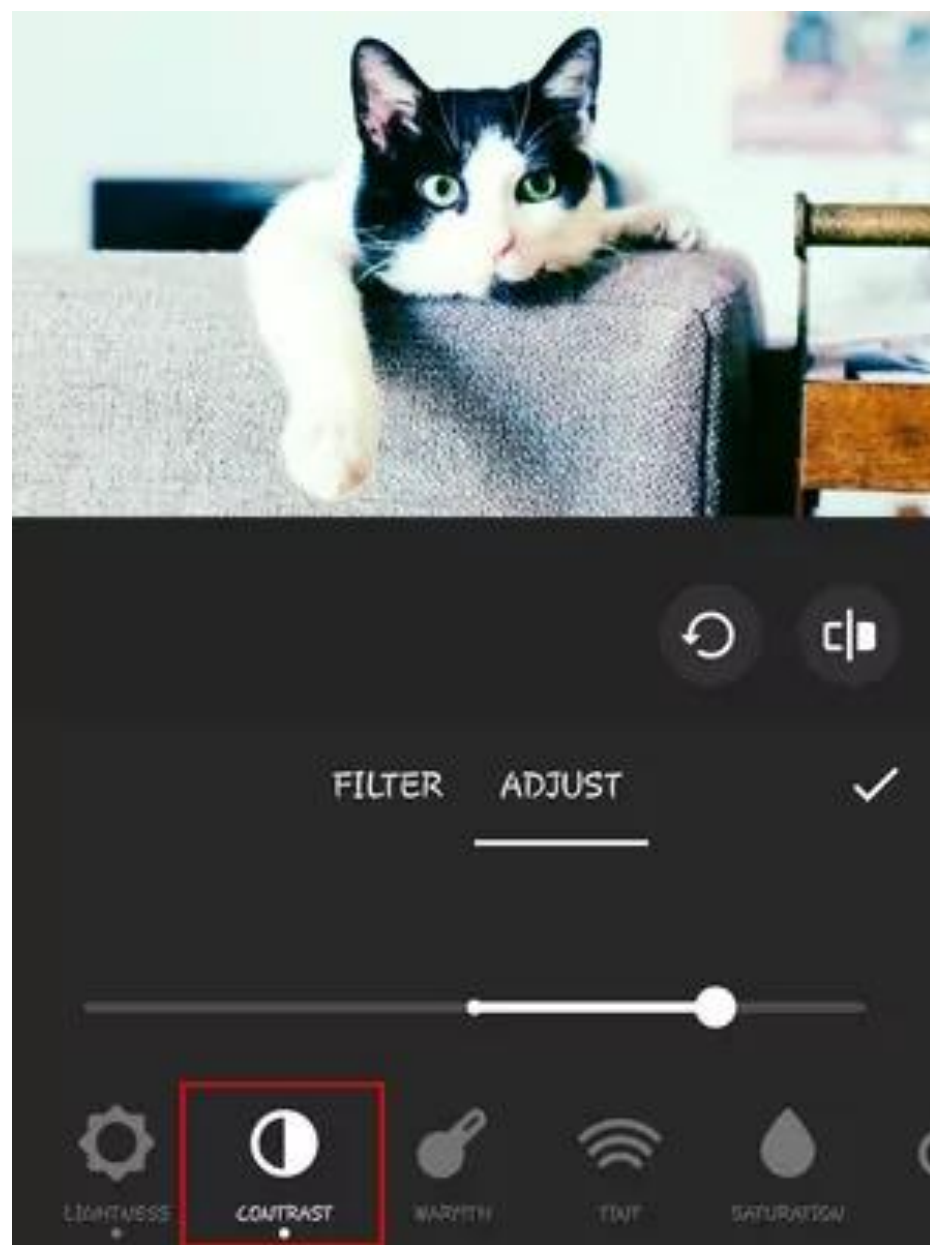
۱. تنظیم نور عکس در اینشات

اولین گزینه این بخش «Lightness» است که برای تنظیم نور عکس به کار می‌رود. برای روشن‌تر کردن عکس، نوار اسکرول این گزینه را به سمت راست بکشید و برای تاریک‌تر کردن، آن را به سمت چپ ببرید. این کار را تا زمانی که عکس به بهترین نور برسد، ادامه دهید.



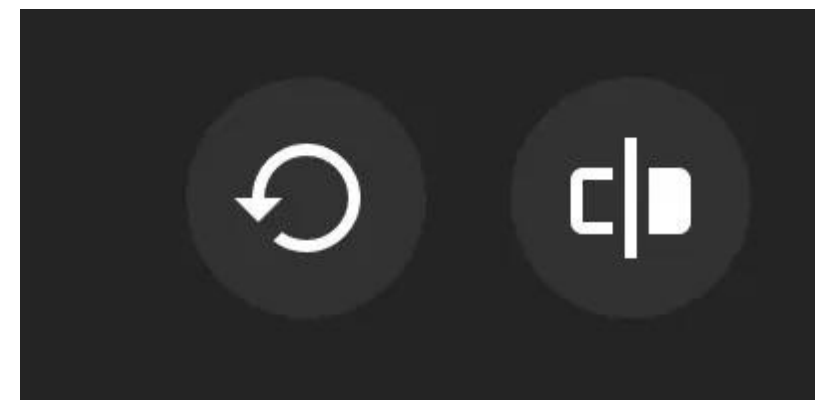
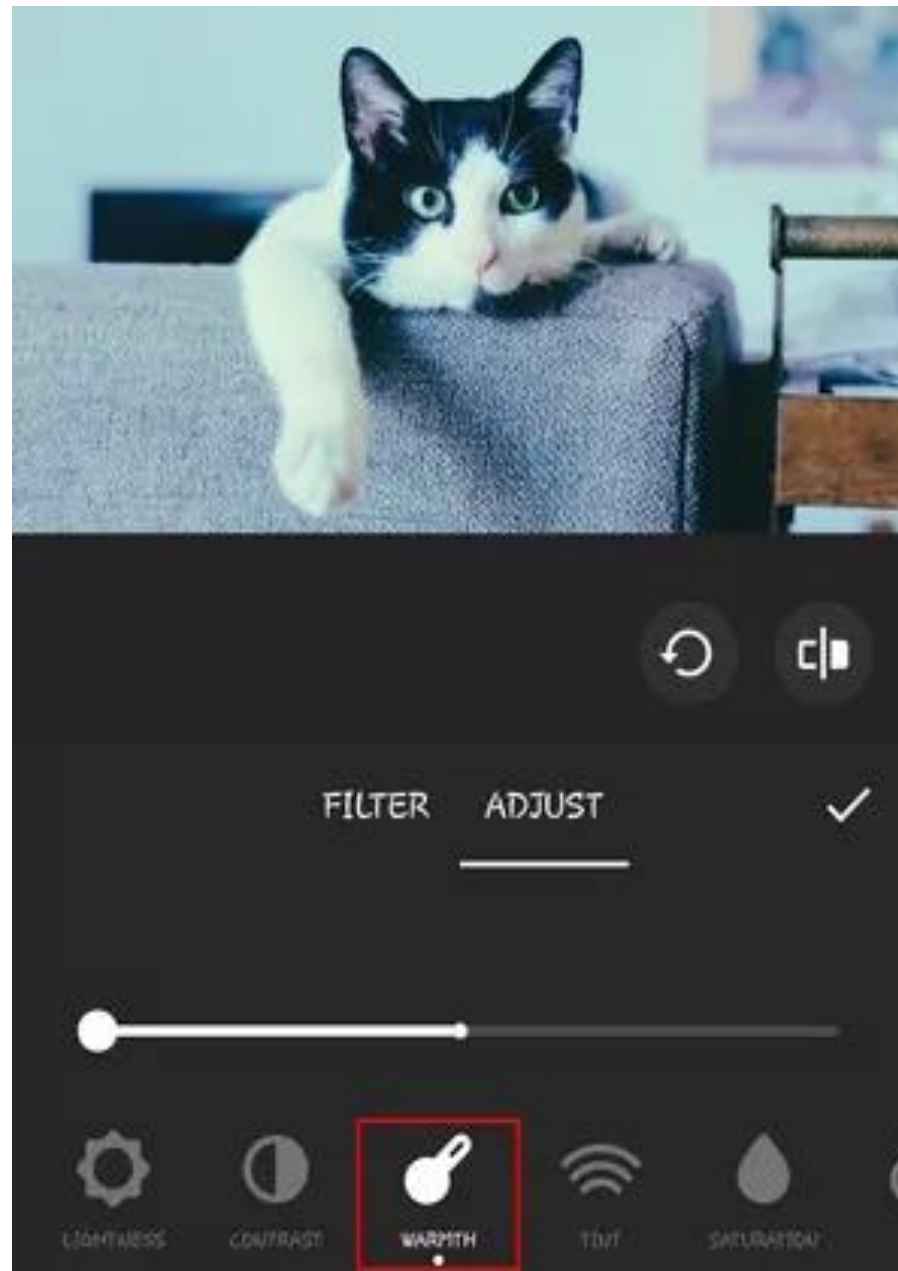
۲. تنظیم کنتراست تصاویر در اینشات

گزینه «Contrast» برای تنظیم کنتراست به کار می‌رود. با افزایش دادن این گزینه، قسمت‌های تاریک تصویر، تیره‌تر و قسمت‌های روشن آن، روشن‌تر می‌شوند و برعکس آن نیز با کم کردن نوار اسکرول انجام می‌شود. از این گزینه می‌توانید برای برجسته‌تر کردن سوژه استفاده کنید.

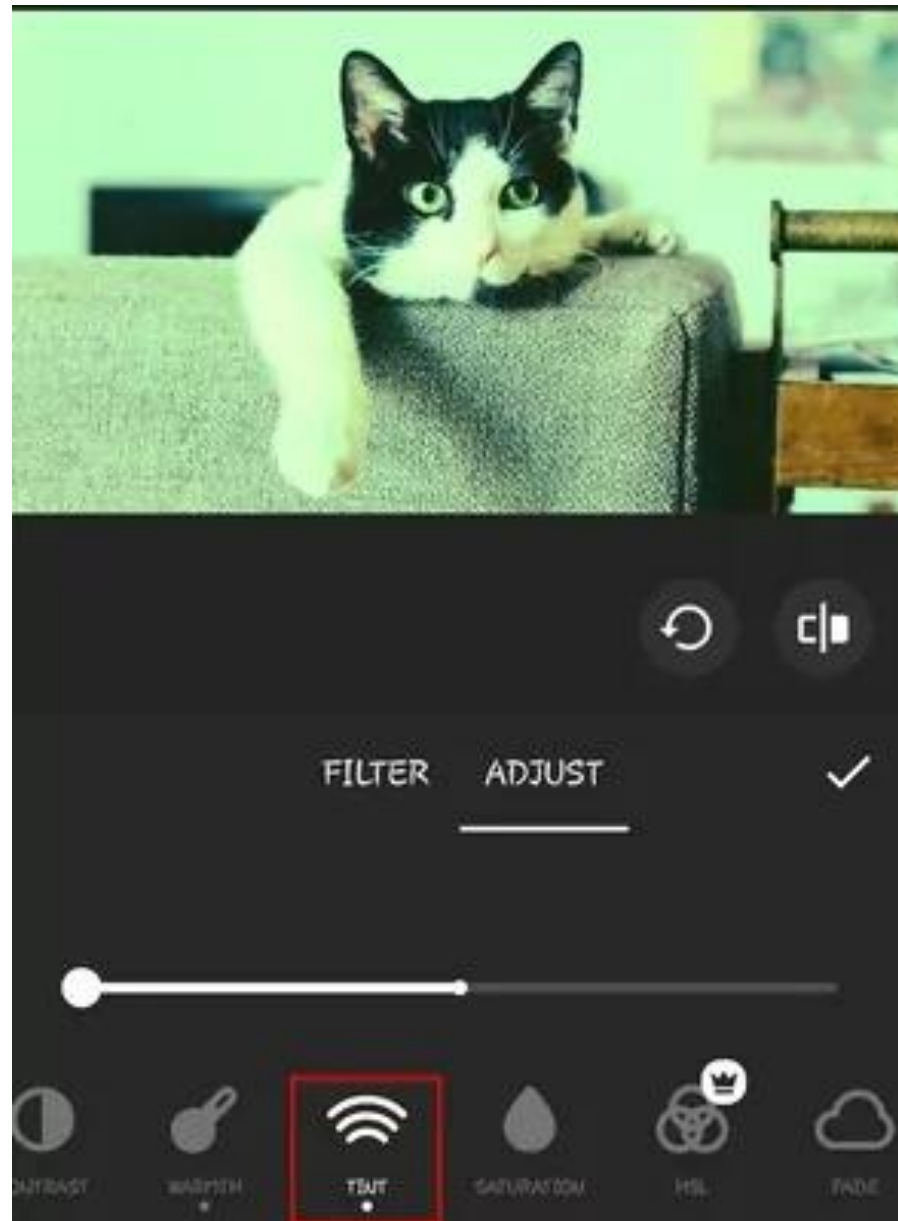


۳. ادیت دمای رنگ عکس با اینشات

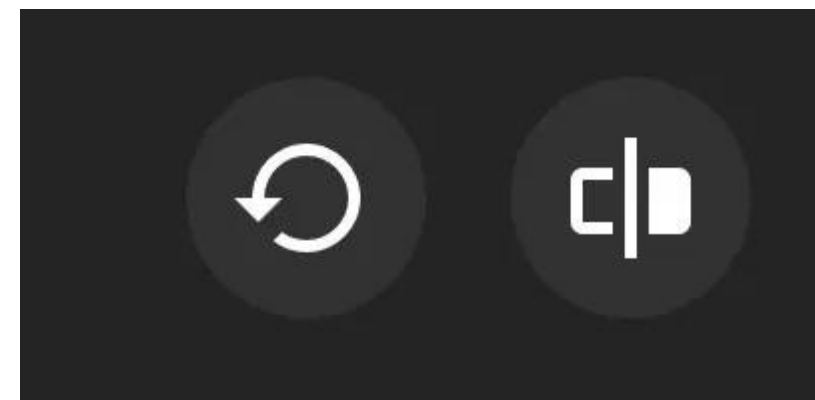
یکی دیگر از ادیت‌های پایه‌ای عکس به دمای رنگی مربوط می‌شود که در این قسمت، « Warmth نام دارد. با حرکت دادن نوار اسکرول این بخش به سمت راست، رنگ‌های تصویر به سمت قرمز و گرم شدن می‌روند و اگر نوار را به سمت چپ بکشید، رنگ‌ها آبی و سردتر خواهند شد. پس از رسیدن به نقطه دمایی مناسب، نوار اسکرول را رها کنید.



۴. تنظیم Tint در آموزش ادیت عکس با اینشات

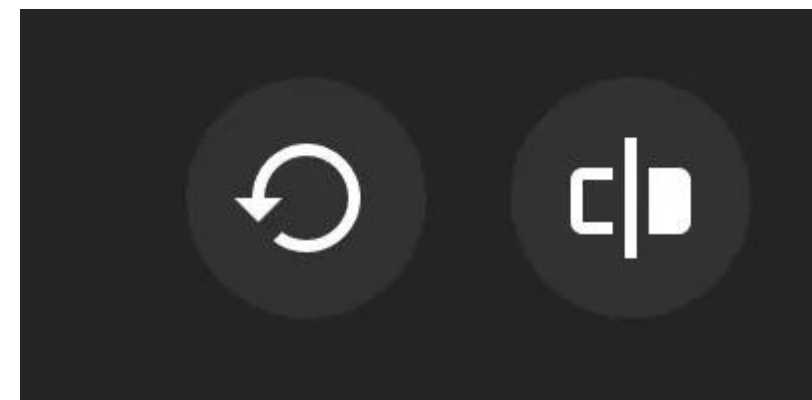
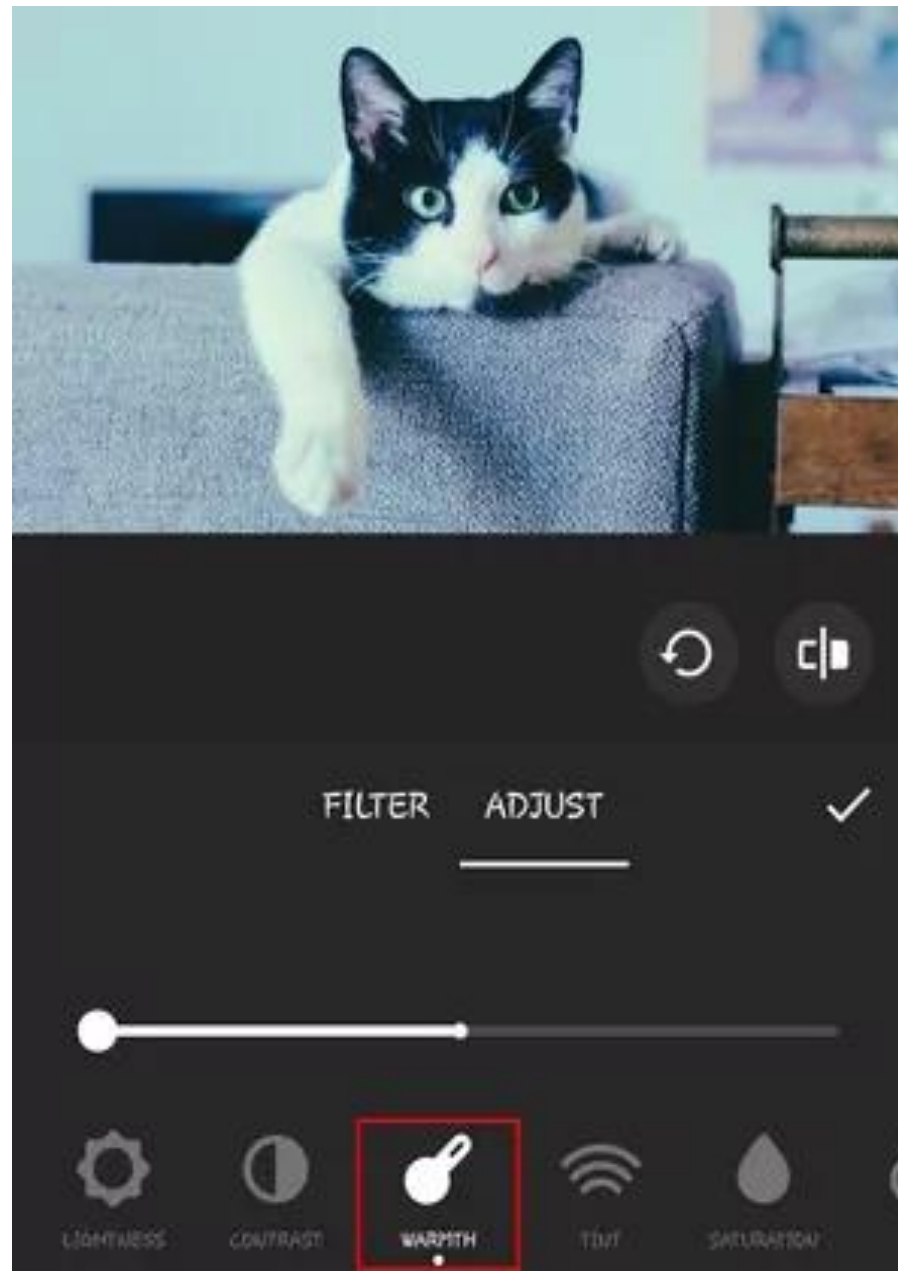


گزینه «Tint»، عکس شما را مانند یک تصویر سیاه و سفید در نظر گرفته و سپس یک عکس را روی کل آن اعمال می‌کند. اگر نوار اسکرول این بخش را به سمت راست بکشید، رنگ تصویر به سمت بنفش و اگر آن را به سمت راست بکشید به حالت سبز تمایل پیدا می‌کند.

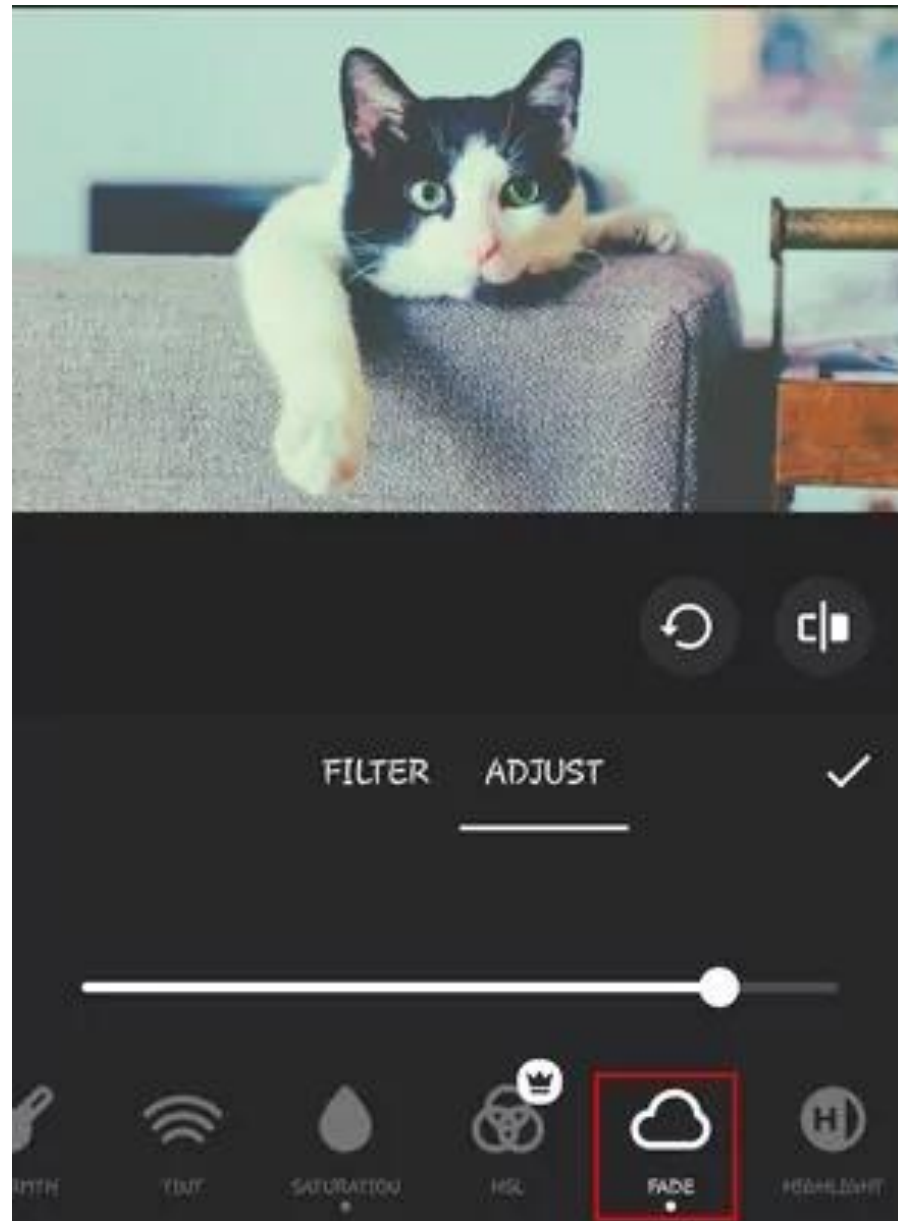


۵. آموزش ادیت غلظت رنگ عکس با اینشات

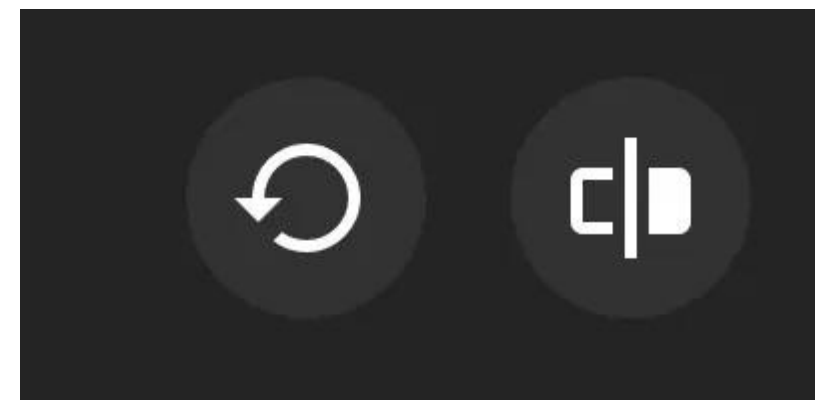
گزینه «Saturation»، غلظت رنگ‌های عکس شما را کم و زیاد می‌کند. با استفاده درست از این گزینه می‌توانید کیفیت تصویر را تا حد مناسبی افزایش دهید و آن را حالت طبیعی نزدیک‌تر کنید.



۶. محو کردن عکس در اینشات

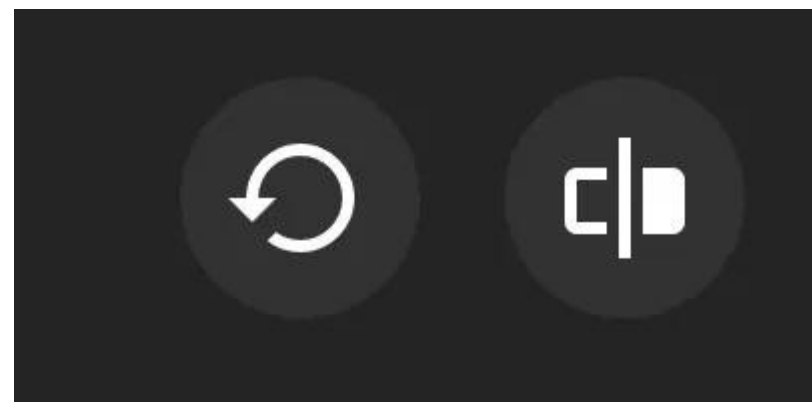
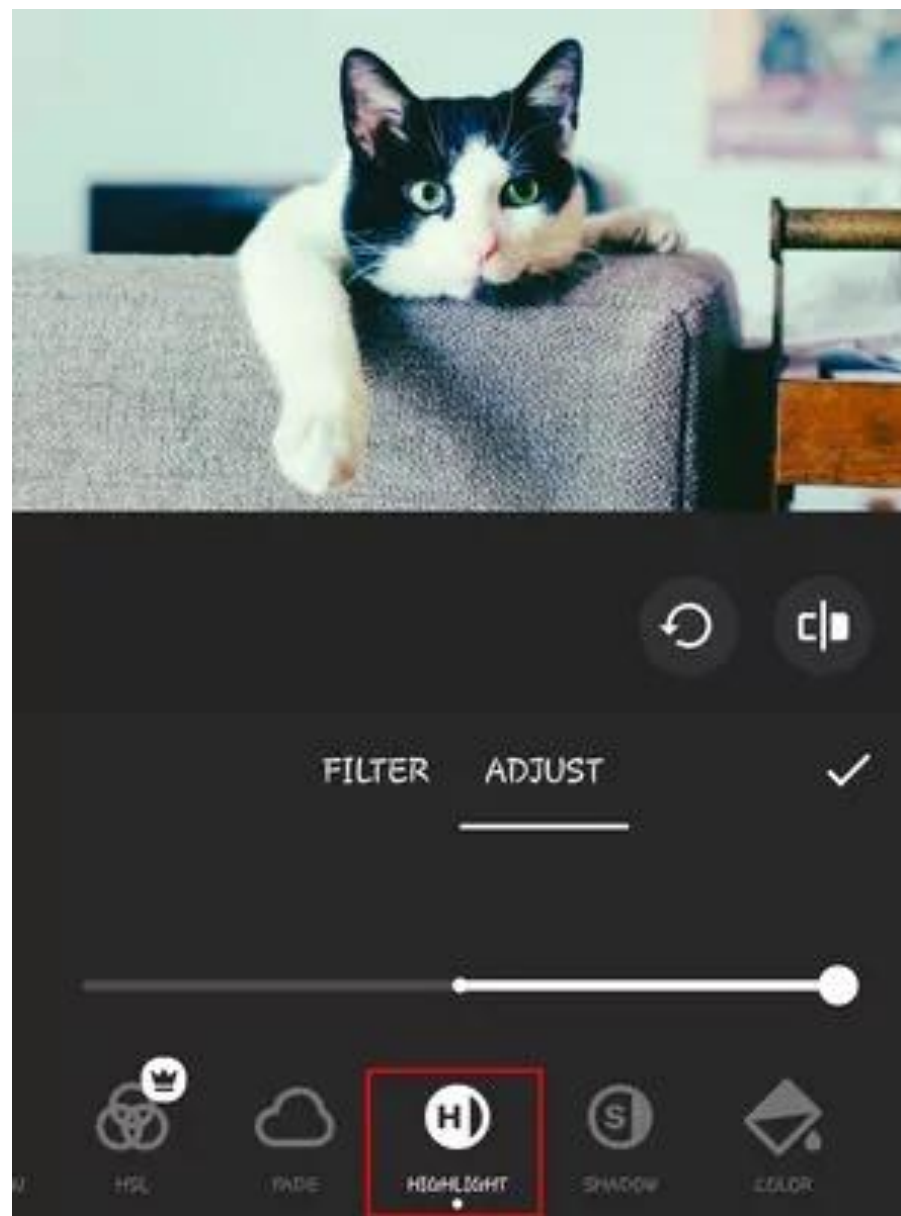


با کمک گزینه « Fade » می‌توانید حالتی محو به عکس بدهید. هرچه نوار اسکرول این گزینه را به سمت راست بکشید، رنگ‌ها محوتر می‌شوند و به نظر می‌رسد یک پرده سفید روی عکس کشیده شده است. دقت کنید که به جز درمواقع خاص، استفاده بیش از حد از این قابلیت، تصویر شما را مات و بی‌جان خواهد کرد.

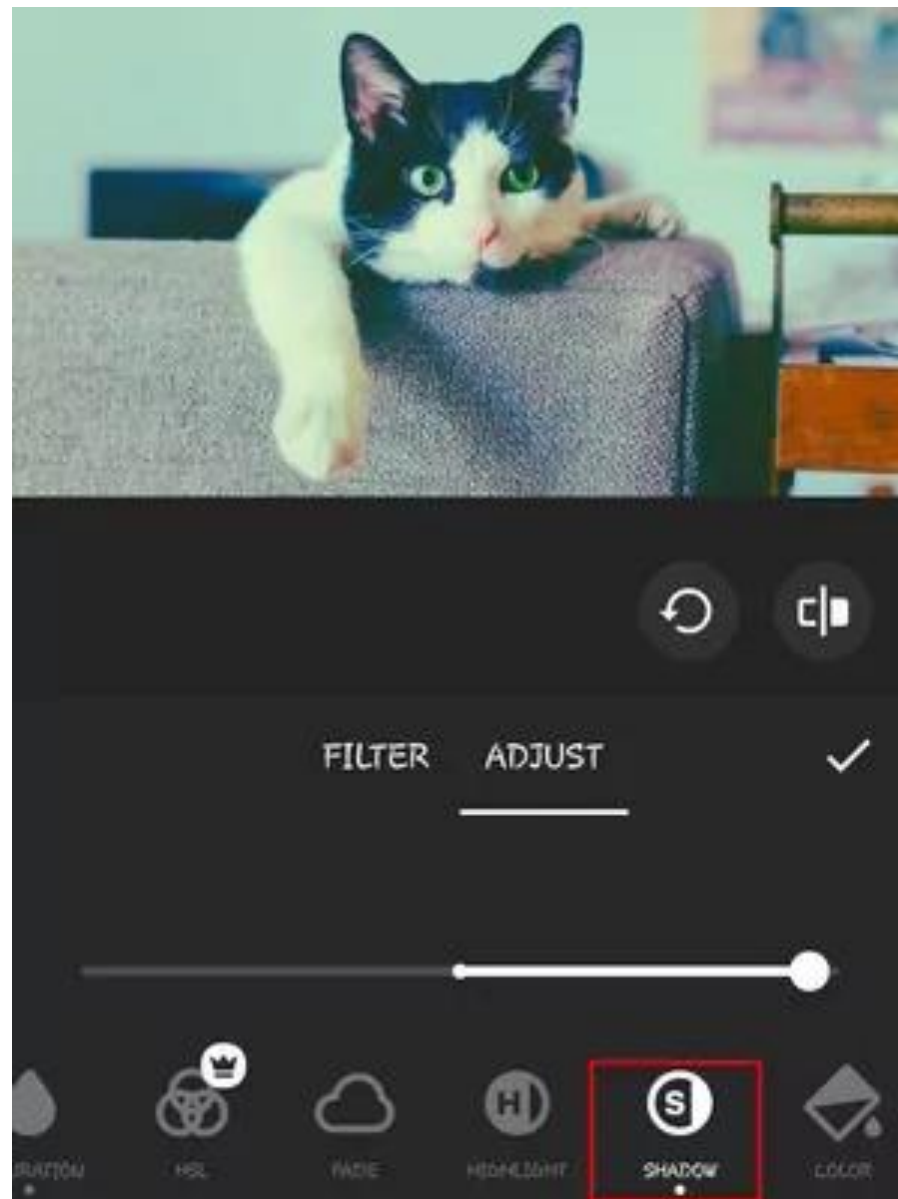


۷. انجام هایلایت روی تصاویر اینشات

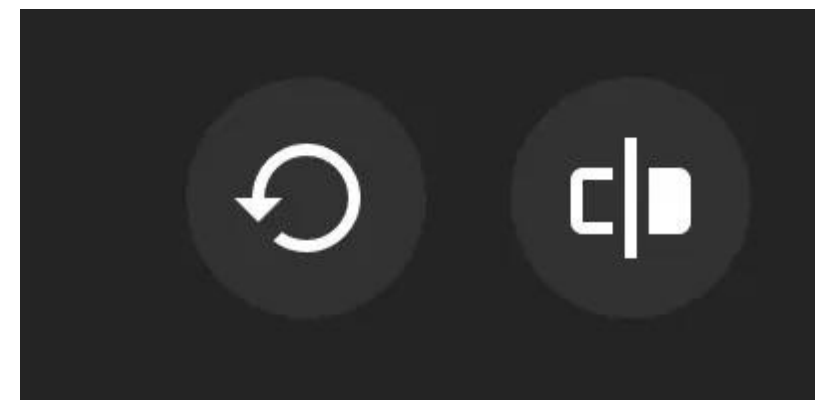
با حرکت دادن نوار اسکرول گزینه «Highlight» به سمت راست، سایه‌روشن‌های تصویر برجسته‌تر شده و عکس به طور کلی روشن‌تر می‌شود. این درحالی است که اگر نوار اسکرول را به سمت چپ ببرید، سایه‌ها پررنگ‌تر و برجسته‌تر می‌شوند. اگر برای استفاده از این قابلیت مطمئن نیستید، کافی است نوار اسکرول را چندین بار تا انتها چپ و راست بکشید و تغییرات را ببینید.



۱. آموزش ادیت سایه های عکس با اینشات

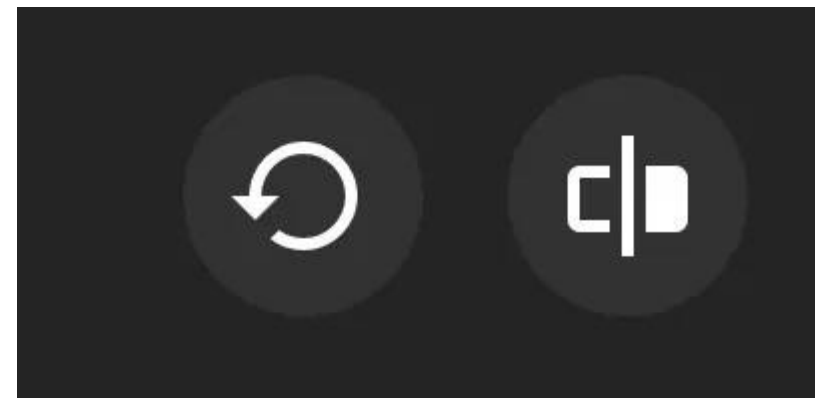
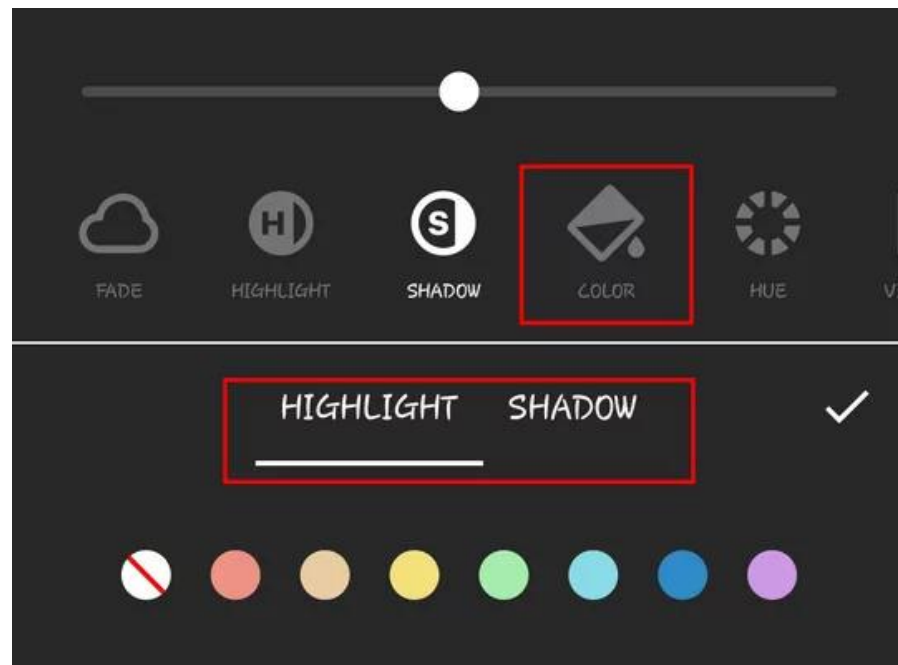


سایه های تیره و روشن را نیز می توانید به کمک گزینه « Shadow در اینشات پررنگ تر یا کم رنگ تر کنید. برای تغییر سایه های روشن، نوار اسکرول را به سمت راست و برای تغییر سایه های تیره، نوار را به سمت چپ بکشید.

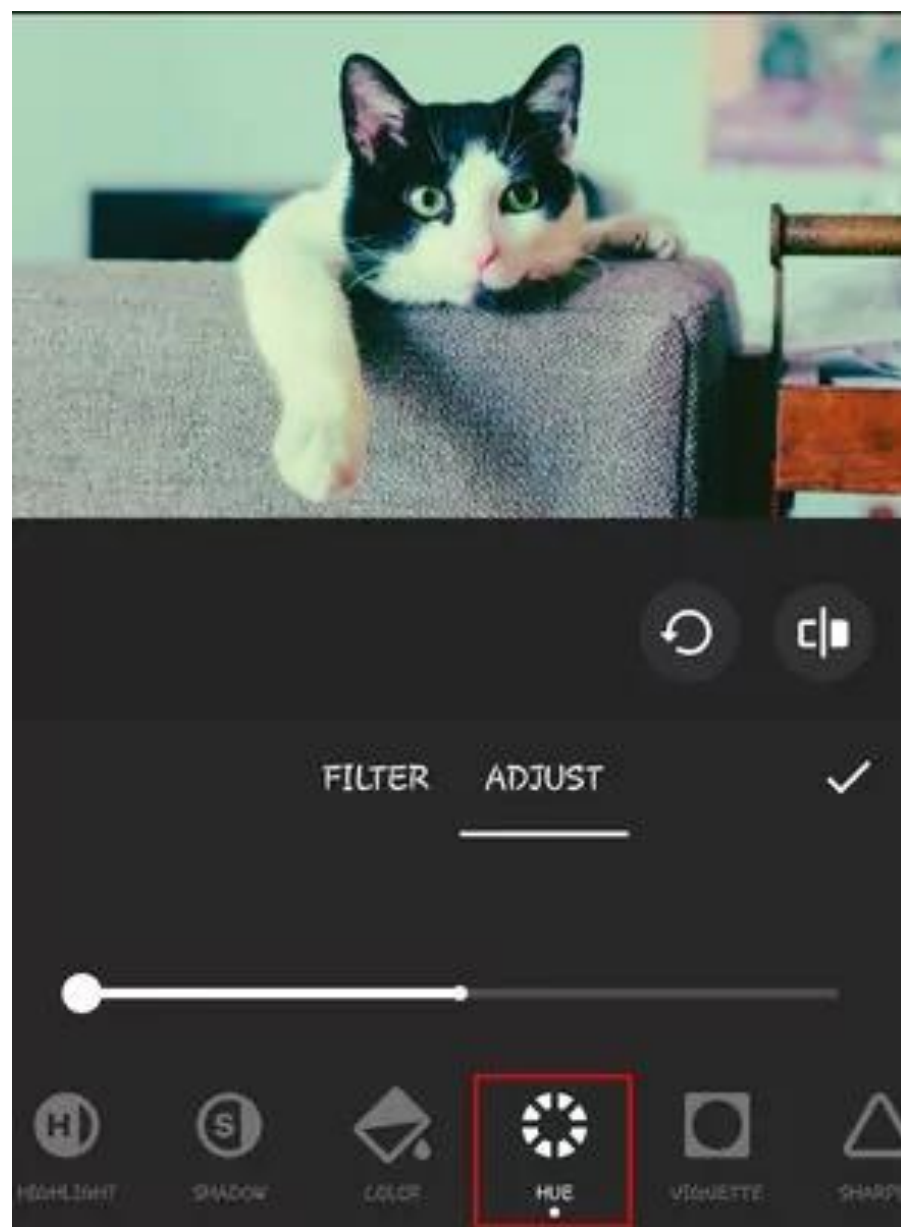


۹. آموزش ادیت رنگ عکس با اینشات

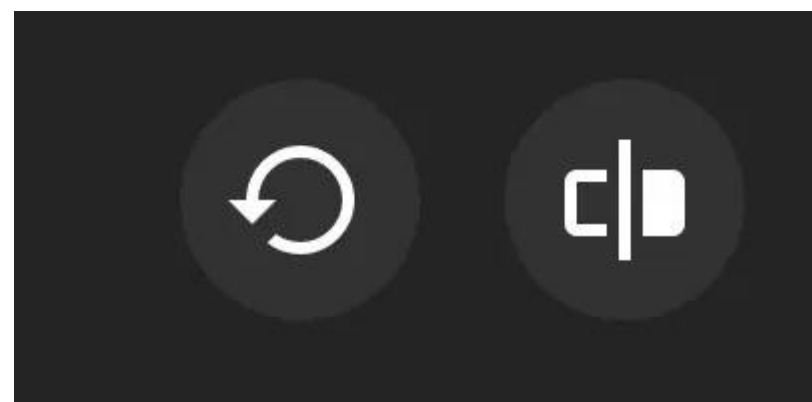
با انتخاب گزینه «Color» در نوار ابزار اینشات، منوی جدیدی باز می‌شود که دو زبانه Highlight و Shadow را نشان می‌دهد. در این بخش می‌توانید رنگ موردنظر در عکس را برگزینید و سپس سایه یا سایه روشن آن را به دلخواه تغییر دهید. در نهایت نیز دکمه فلش را بزنید تا تغییرات انجام شوند و به منوی قبلی برگردید.



۱۰. ویرایش Hue در اینشات

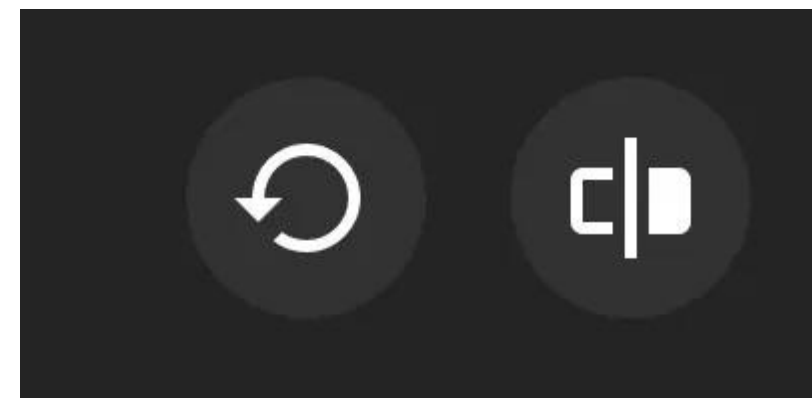
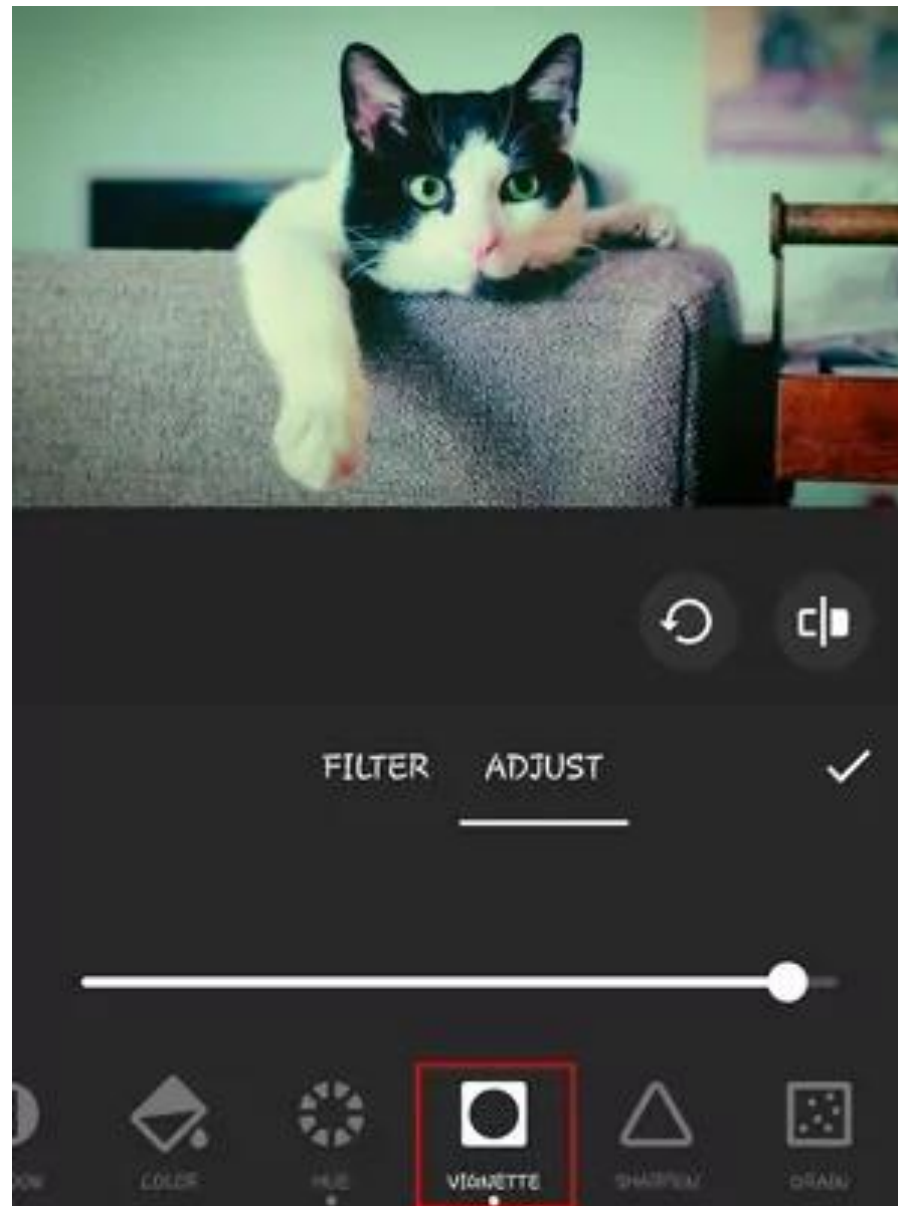


یکی دیگر از ادیت‌های پایه‌ای تصویر است و برای تغییر رنگ‌بندی عکس و احساسی که منتقل می‌کند به کار می‌رود. با حرکت دادن نوار اسکرول این گزینه به سمت راست، طیف‌های رنگی آبی و سبز بیشتر می‌شوند و با بردن آن به سمت چپ، طیف‌های رنگی قرمز و نارنجی افزایش پیدا می‌کنند.

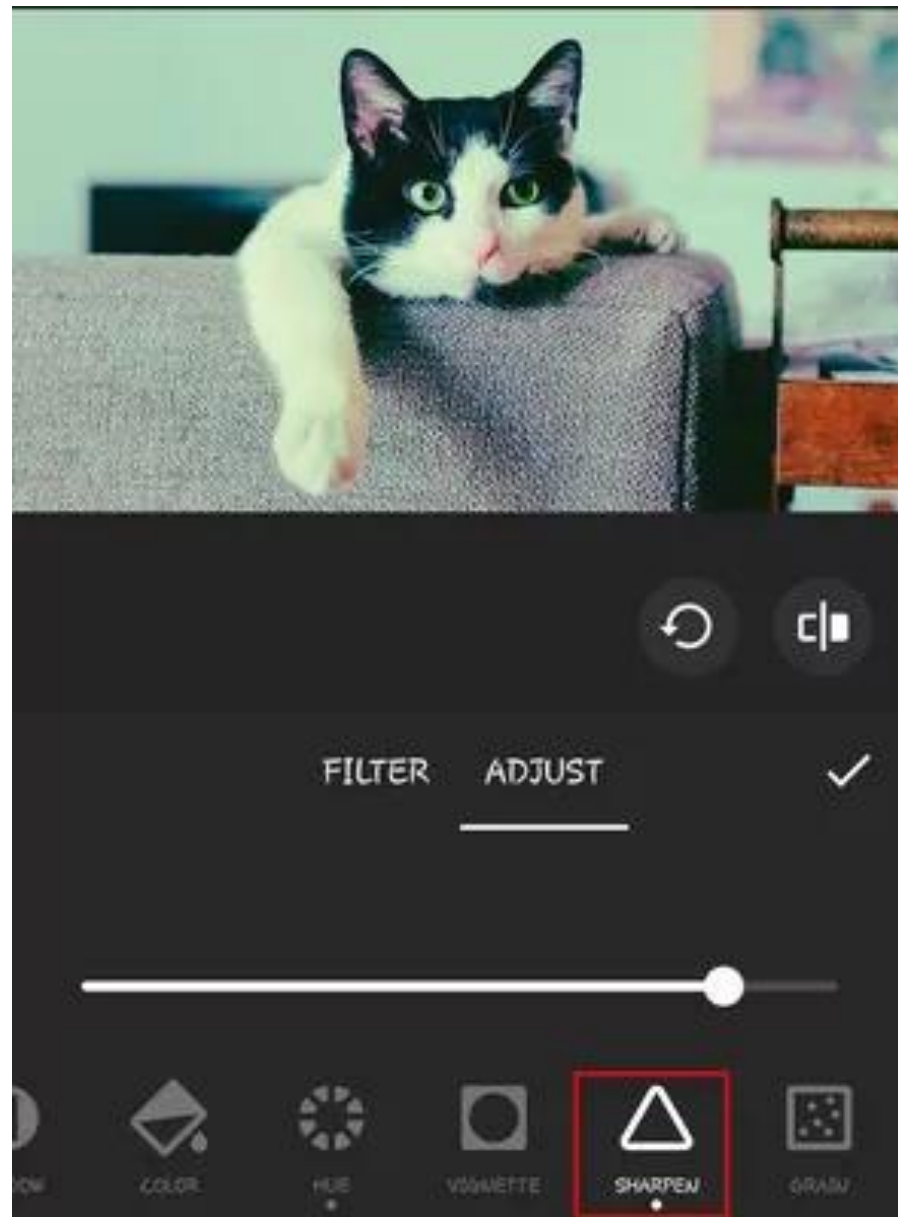


۱۱. ادیت وینیت در اینشات

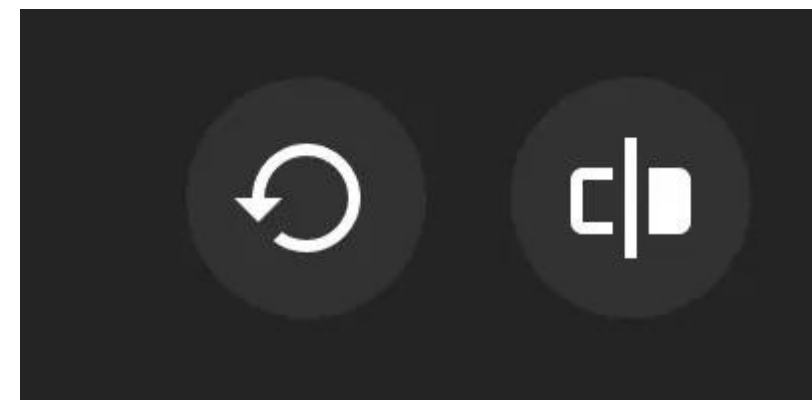
وینیت یا «Vignette» در عکاسی به معنی تیره‌تر کردن لبه‌های تصویر است و موجب می‌شود مرکز تصویر روشن‌تر به نظر برسد. بروز این حالت در عکاسی به دلیل استفاده از نوع خاصی از لنز پیش می‌آید که به کمک گزینه Vignette می‌توانید آن را حذف کنید. البته اگر حس کردید تصویر شما به کمی وینیت برای بهتر شدن نیاز دارد نیز از همین گزینه کمک بگیرید.



۱۲. افزایش وضوح عکس با اینشات

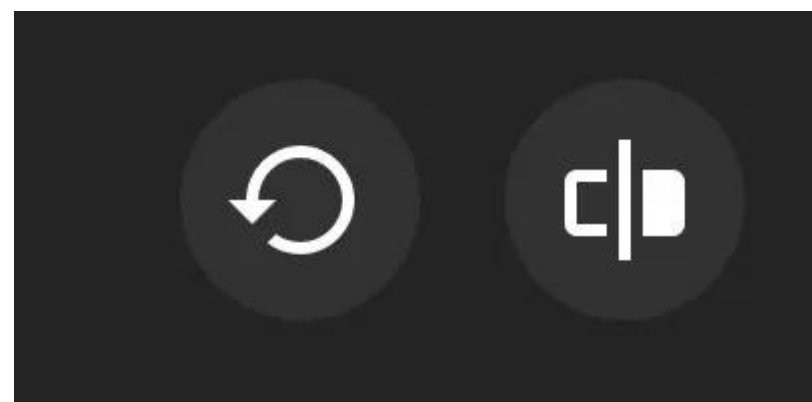
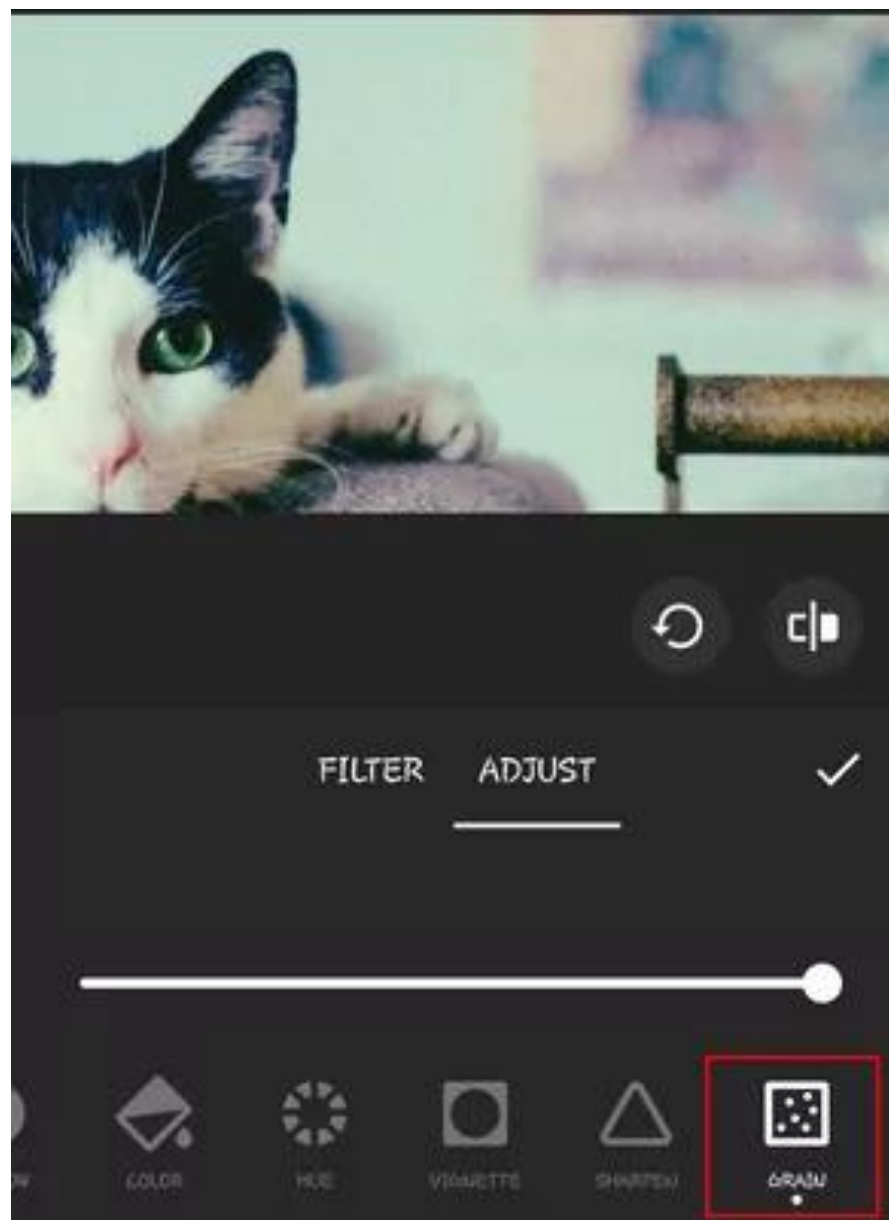


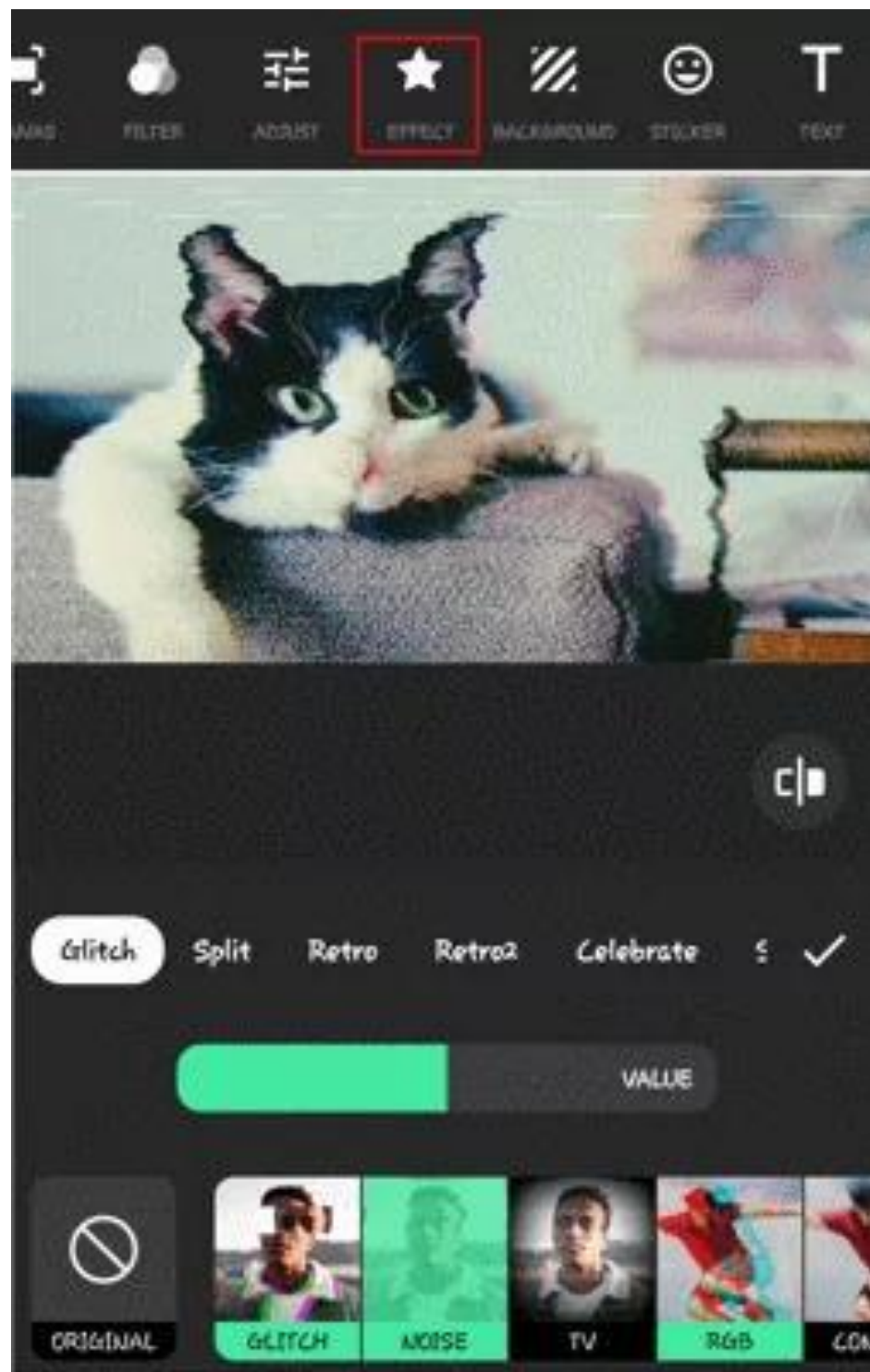
یکی دیگر از گزینه‌های ادیت عکس حرفه ای، «Sharpen» است که با عمق بخشیدن به جزئیات، در افزایش وضوح عکس موثر است. اما باید در استفاده از این قابلیت احتیاط کنید. به این دلیل که استفاده بیش از حد از آن می‌تواند به تصویری برفکی و نامناسب منجر شود.



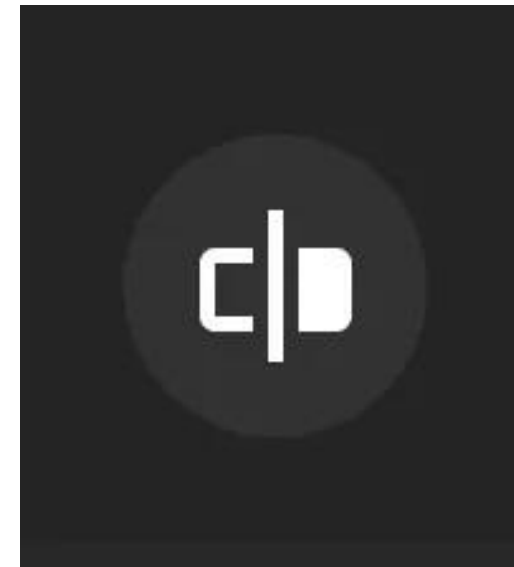
۱۳. قدیمی کردن عکس‌ها در اینشات

گزینه آخر در لیست ابزار ادیت پایه‌ای، «Grain» نام دارد که در صنعت فیلمبرداری برای توصیف میزان ظرافت جزئیاتی که فیلم قادر به ثبت آن است، به کار می‌رود. استفاده از این گزینه، حالتی دنداندار به عکس می‌دهد و آن را شبیه به عکس‌های قدیمی می‌کند. به همین دلیل اگر نمی‌خواهید این اتفاق بیفتد، با احتیاط از این مورد استفاده کنید.

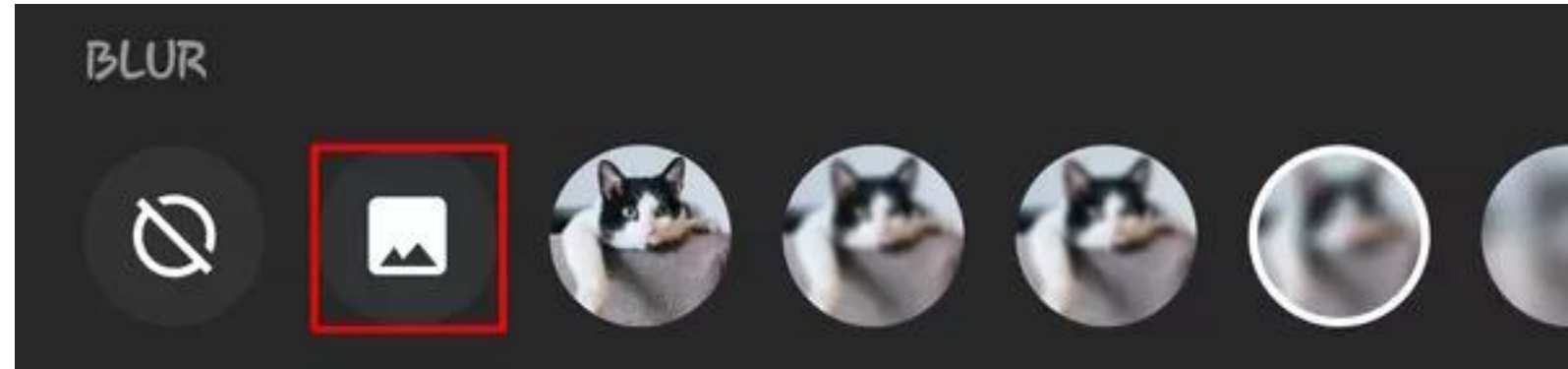
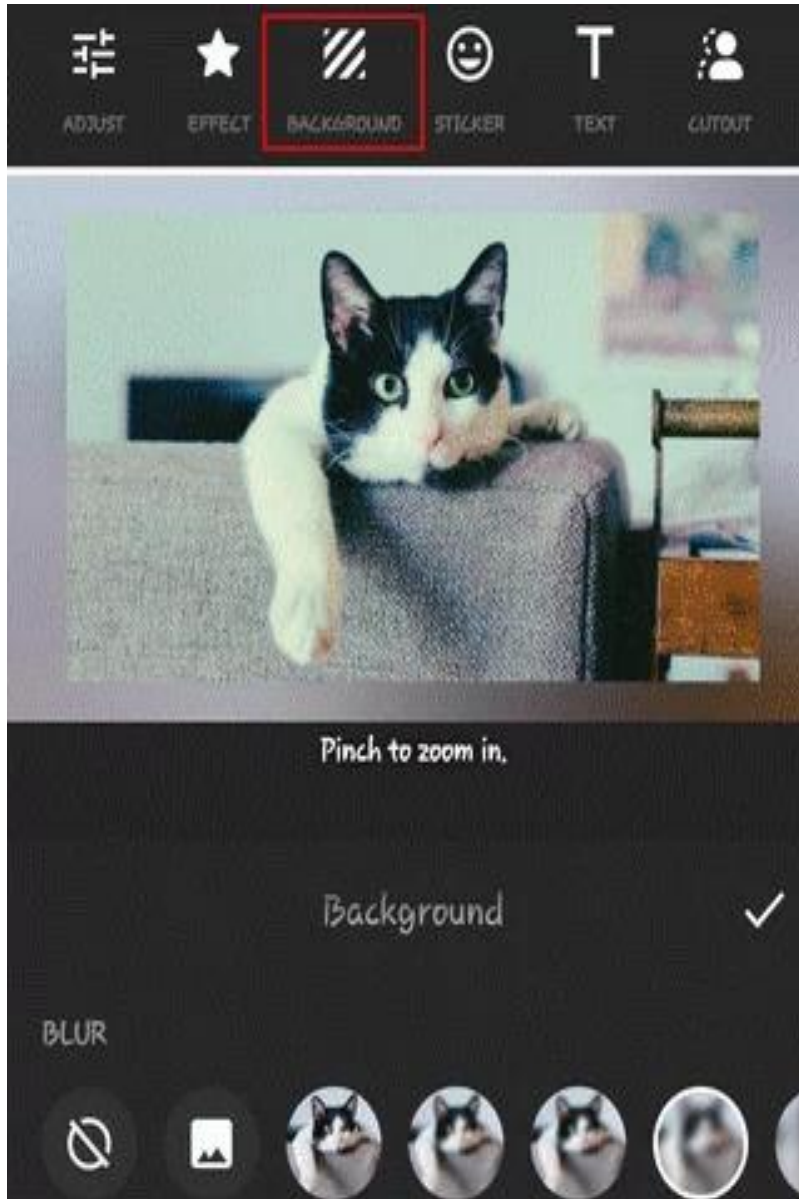




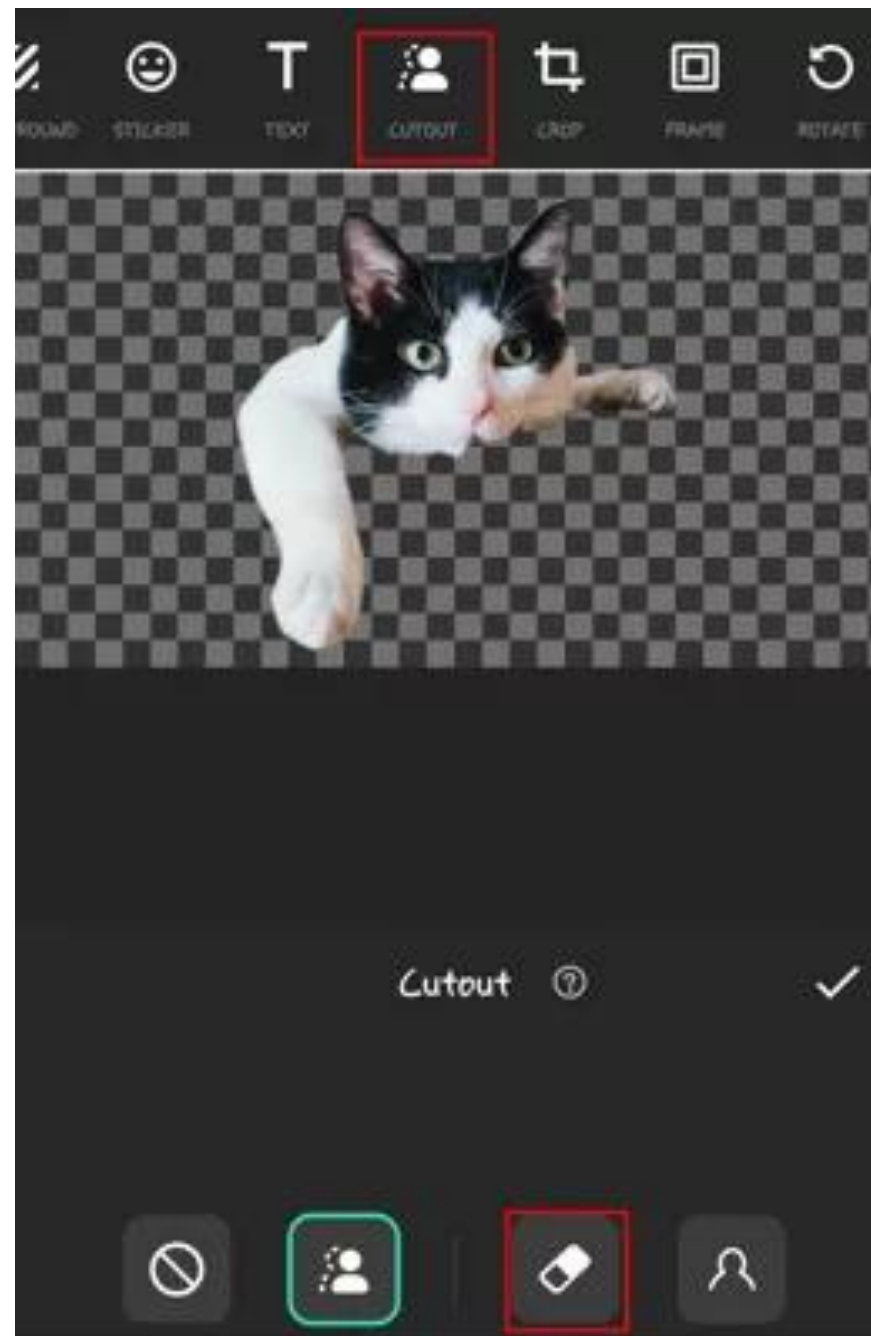
آشنایی با افکت‌های اینشات



تغییر یا حذف پس زمینه عکس در اینشات



چگونه سوژه اصلی را در اینشات برش بزنیم؟

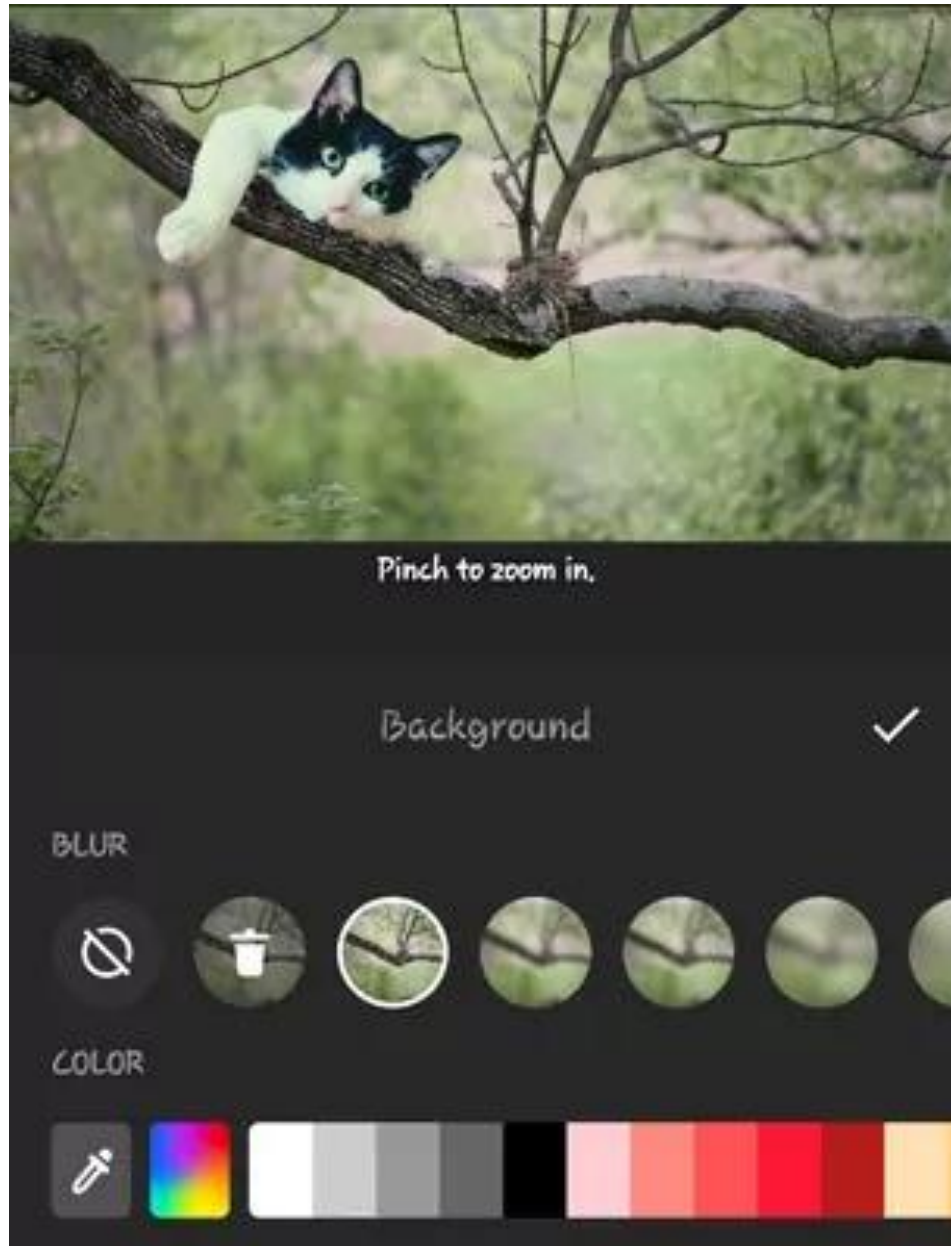


به این منظور در نوار ابزار اینشات گزینه «Cutout» را بزنید و منتظر بمانید. خود اینشات به صورت خودکار، پس زمینه را حذف می کند. البته برای عملکرد درست این قابلیت، اینترنت شما باید روشن باشد. با دکمه پاک کن می توانید قسمت های اضافی را نیز به راحتی حذف کنید. در نهایت علامت تیک را بزنید.

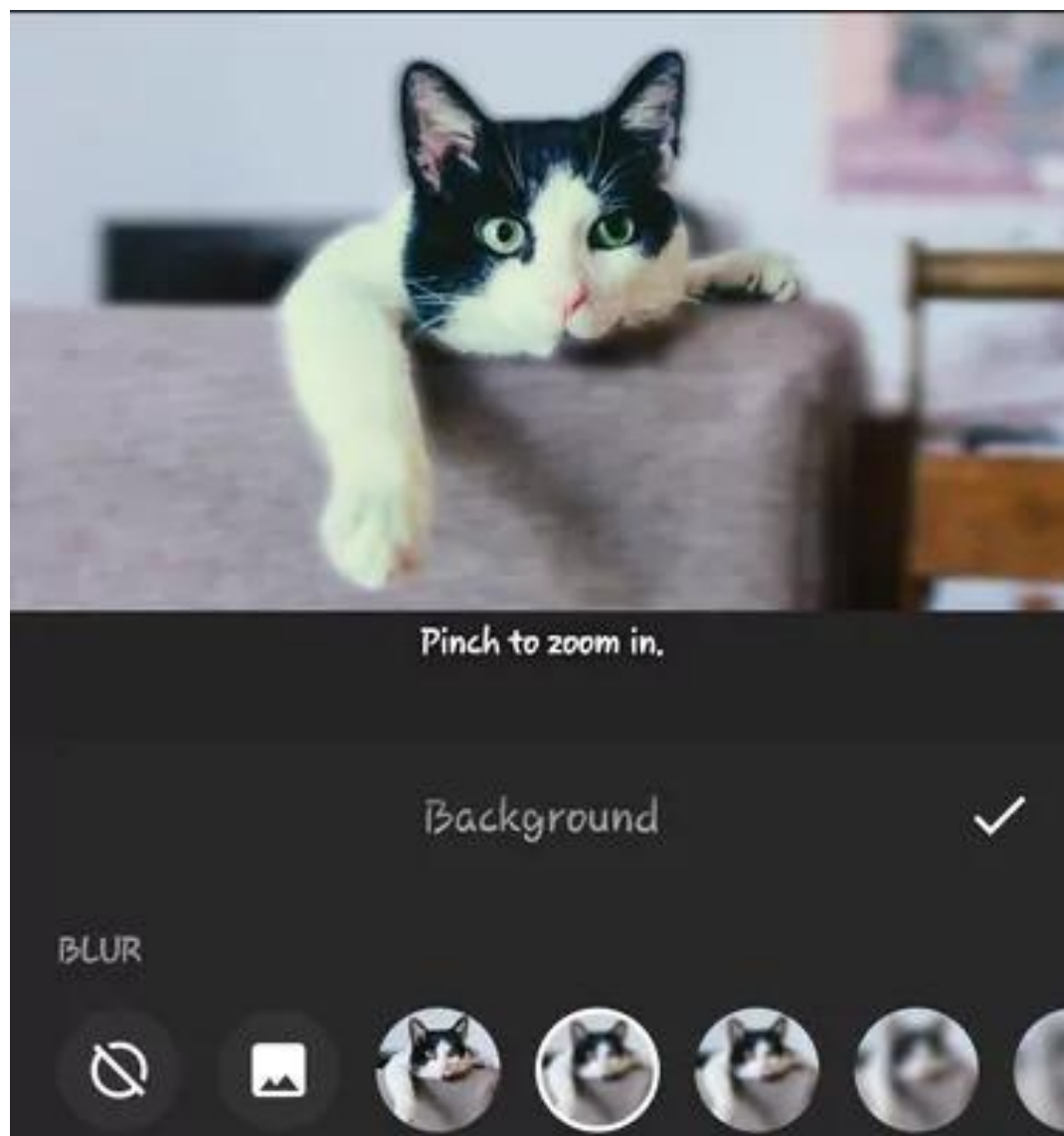
آموزش تغییر پس زمینه عکس در اینشات

برای انجام این کار گزینه Background را بزنید و سپس دکمه گالری را انتخاب کنید.

عکس پس زمینه دلخواه را برگزینید و تیک را بزنید. پس از اضافه شدن می توانید سوژه خود را با پینچ کردن انگشتان، بزرگ و کوچک کنید یا بچرخانید و در جای درست قرار دهید.



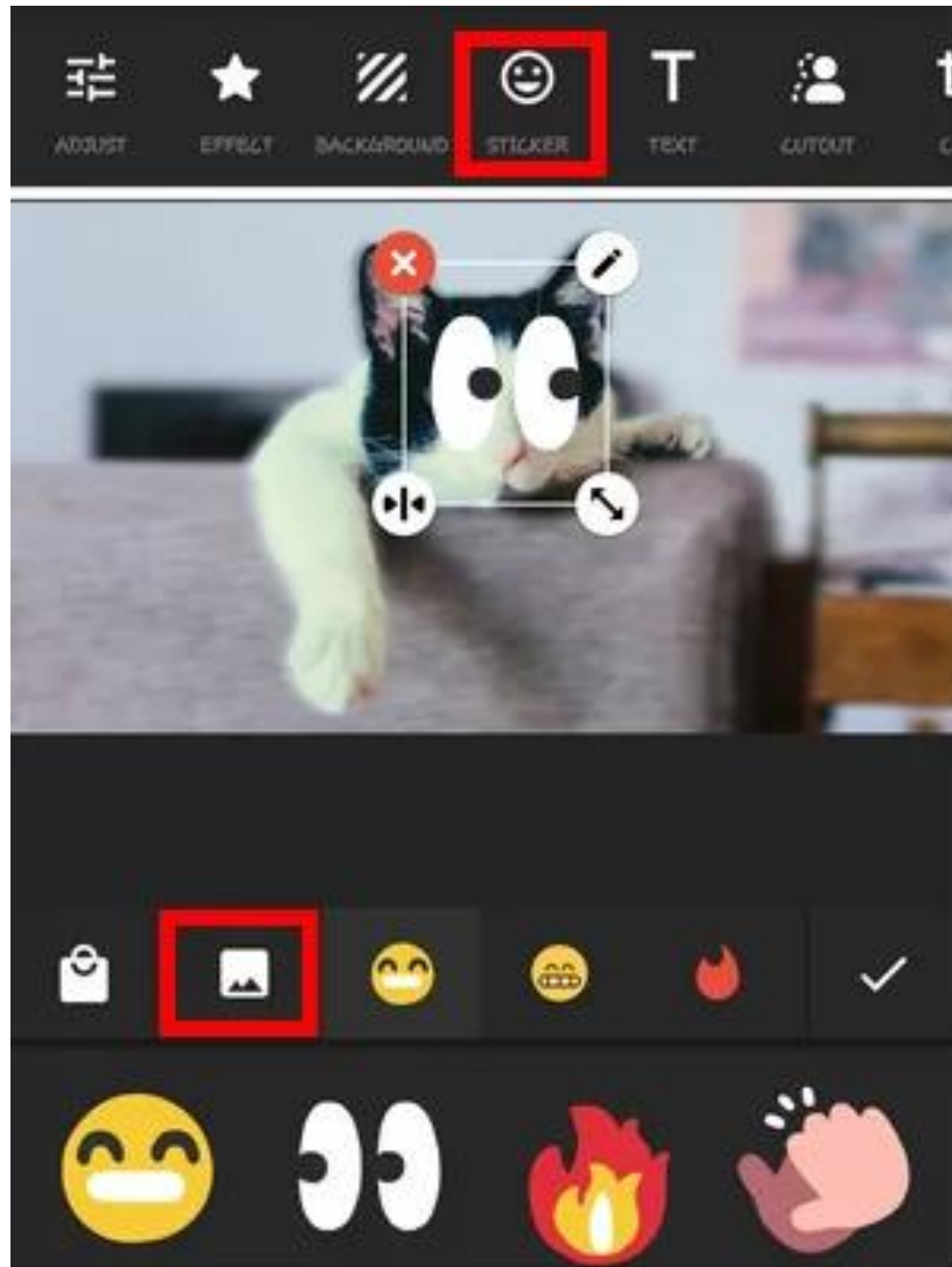
آموزش تار کردن پس زمینه عکس در اینشات



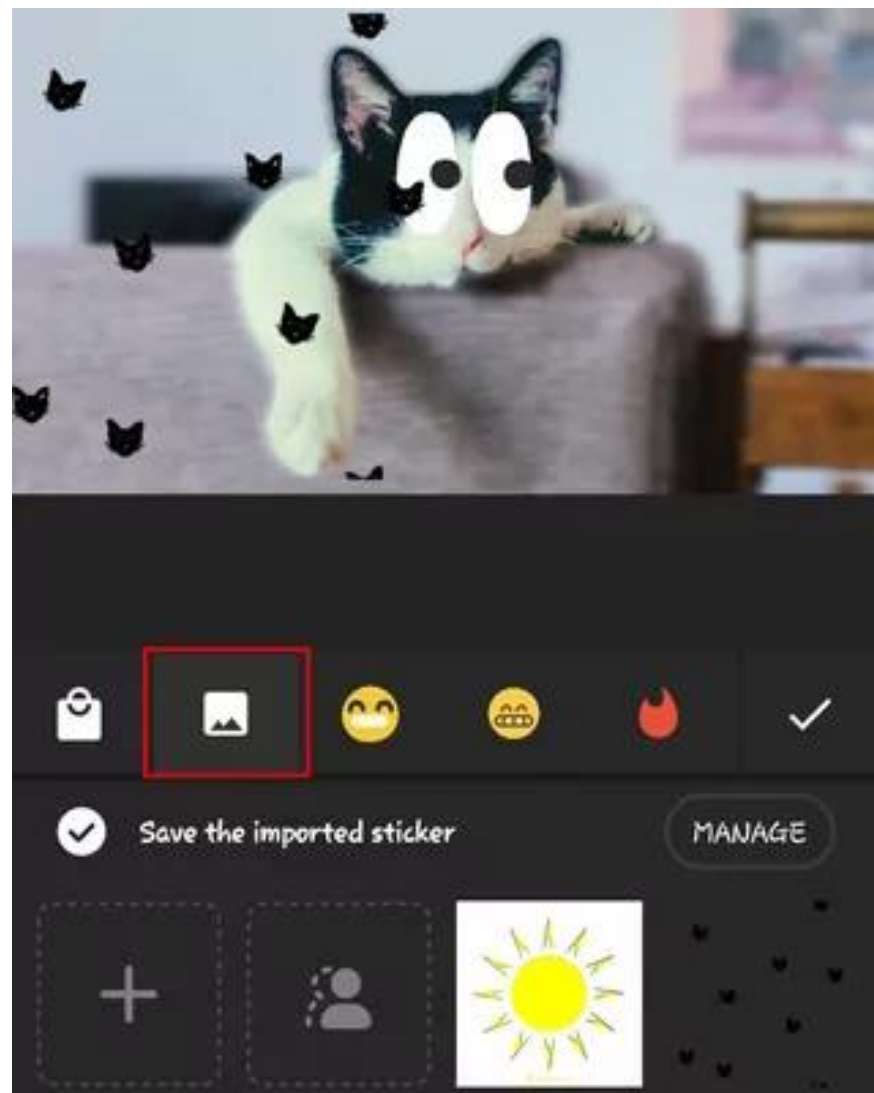
برای انجام این کار ابتدا مانند مراحل قبلی، سوژه را از پس زمینه جدا کنید. سپس به بخش Background بروید و روی اولین دایره از سمت چپ کلیک کنید. اگر تصویر اصلی نشان داده نشد، گزینه گالری را بزنید و همان تصویر را مجدداً باز کنید. سپس یکی از گزینه‌های تار کردن را برگزینید و در صورت نیاز، سوژه را بزرگ کرده و در جای مناسب قرار دهید. نتیجه مانند تصویر زیر خواهد بود.

استیکر گذاشتن روی عکس

اینشات همچنین مجموعه بزرگی از شکلک‌ها یا استیکرها دارد که می‌توانند حسی جالب و خنده‌دار به عکس بدهند. کافی است دکمه «Sticker» را در نوار ابزار بزنید و شکلک موردنظر را برگزینید. سپس می‌توانید به کمک دسته‌های چهارطرفه، اندازه و محل قرارگیری آن را عوض کنید.



آموزش قرار دادن عکس روی کمک اینشات



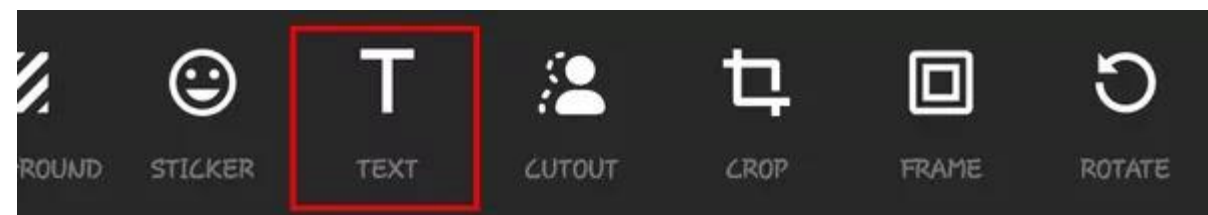
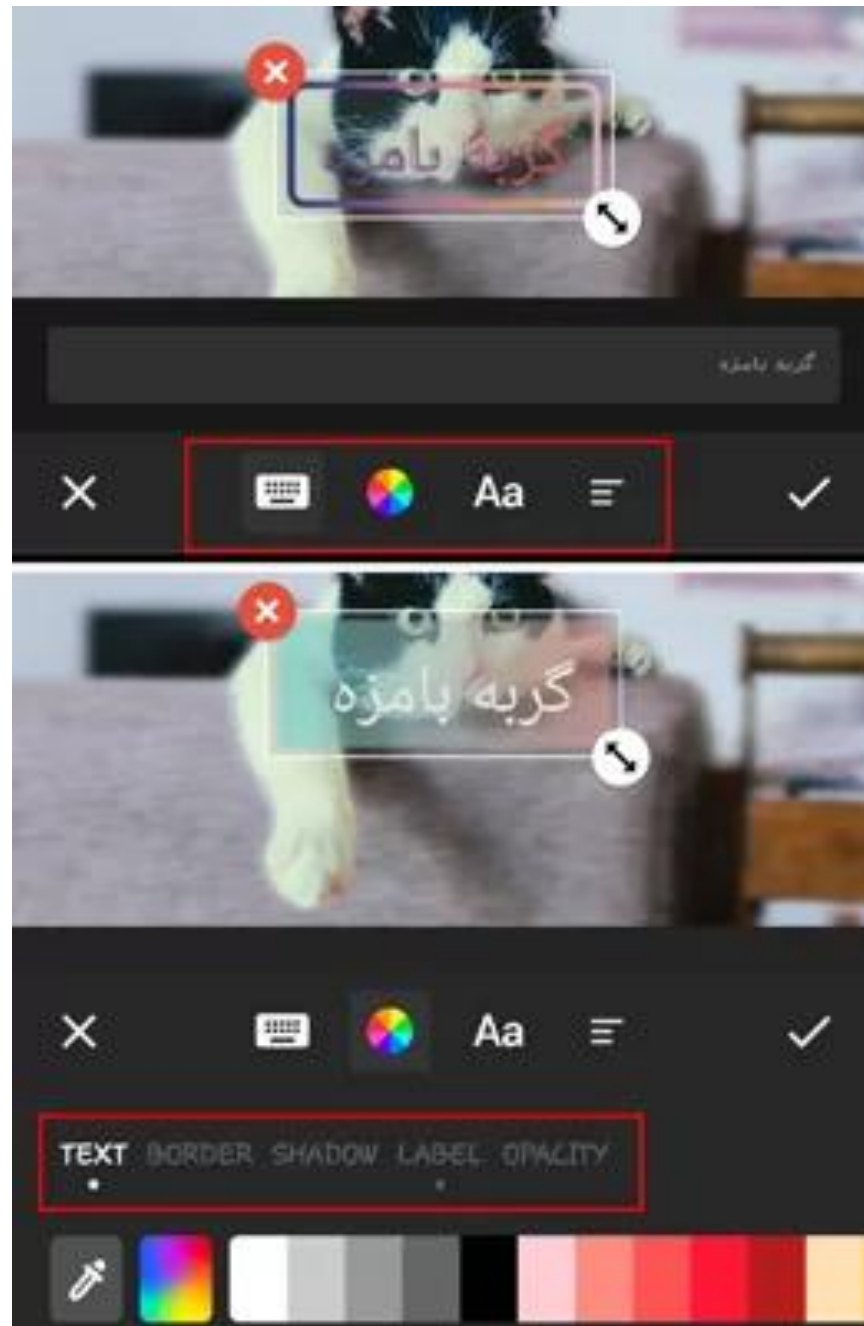
به کمک منوی استیکرها همچنین می‌توانید استیکر شخصی سازی شده یا حتی یک عکس دیگر را نیز روی تصویر خود قرار دهید. کافی پس از زدن گزینه Sticker، دکمه گالری را بزنید و تصویر مربوطه را برگزینید.

به کمک دسته‌های چهارطرف عکس جدید می‌توانید اندازه و محل قرارگیری آن را تغییر دهید یا آن را بچرخانید. در نهایت علامت تیک را بزنید تا تغییرات اعمال شوند. توجه داشته باشید اگر تیک گزینه «Save the imported sticker» را در این بخش بزنید، عکسی که وارد کرده‌اید، برای استفاده‌های بعدی در اینشات ذخیره خواهد شد. برای [گذاشتن عکس روی فیلم با اینشات](#) نیز می‌توانید از همین روش استفاده کنید.

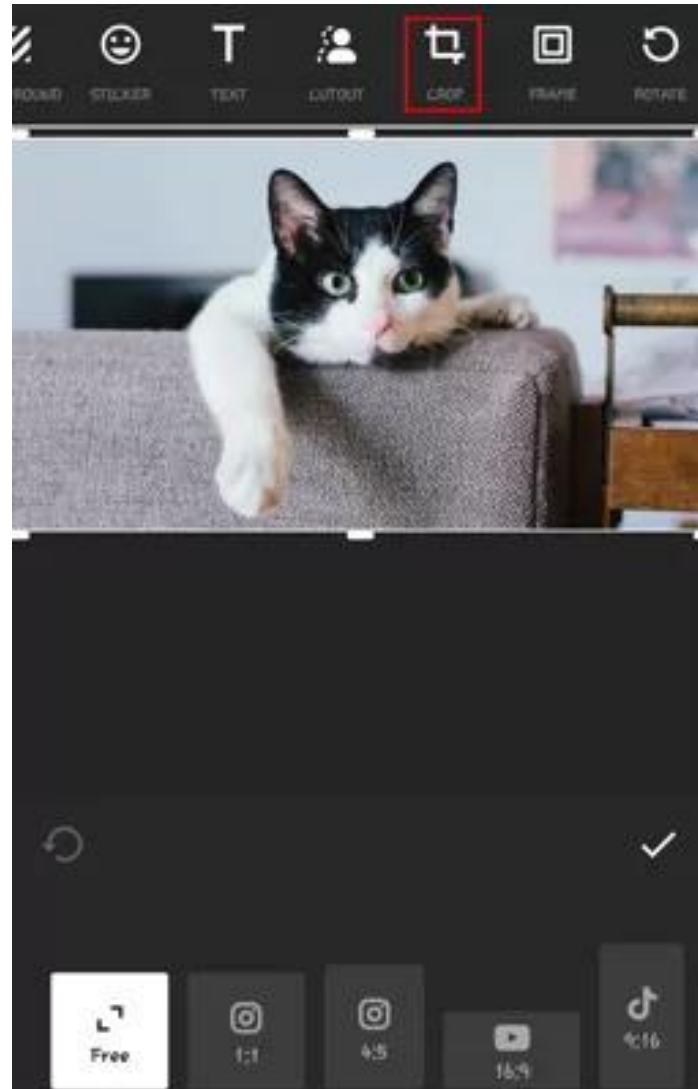
آموزش ساخت متن نوشته با اینشات

برای انجام این کار گزینه «Text» را بزنید و شروع به نوشتن کنید.

خواهید دید که نوشته شما بلافاصله نمایش داده می‌شود و می‌توانید از همین بخش تنظیمات آن را تغییر دهید. در این قسمت گزینه‌هایی برای کم و زیاد کردن حاشیه متن، رنگ نوشته، سایه و موارد مشابه دیگر وجود دارند. همچنین می‌توانید از فونت‌های مختلف اینشات نیز کمک بگیرید.



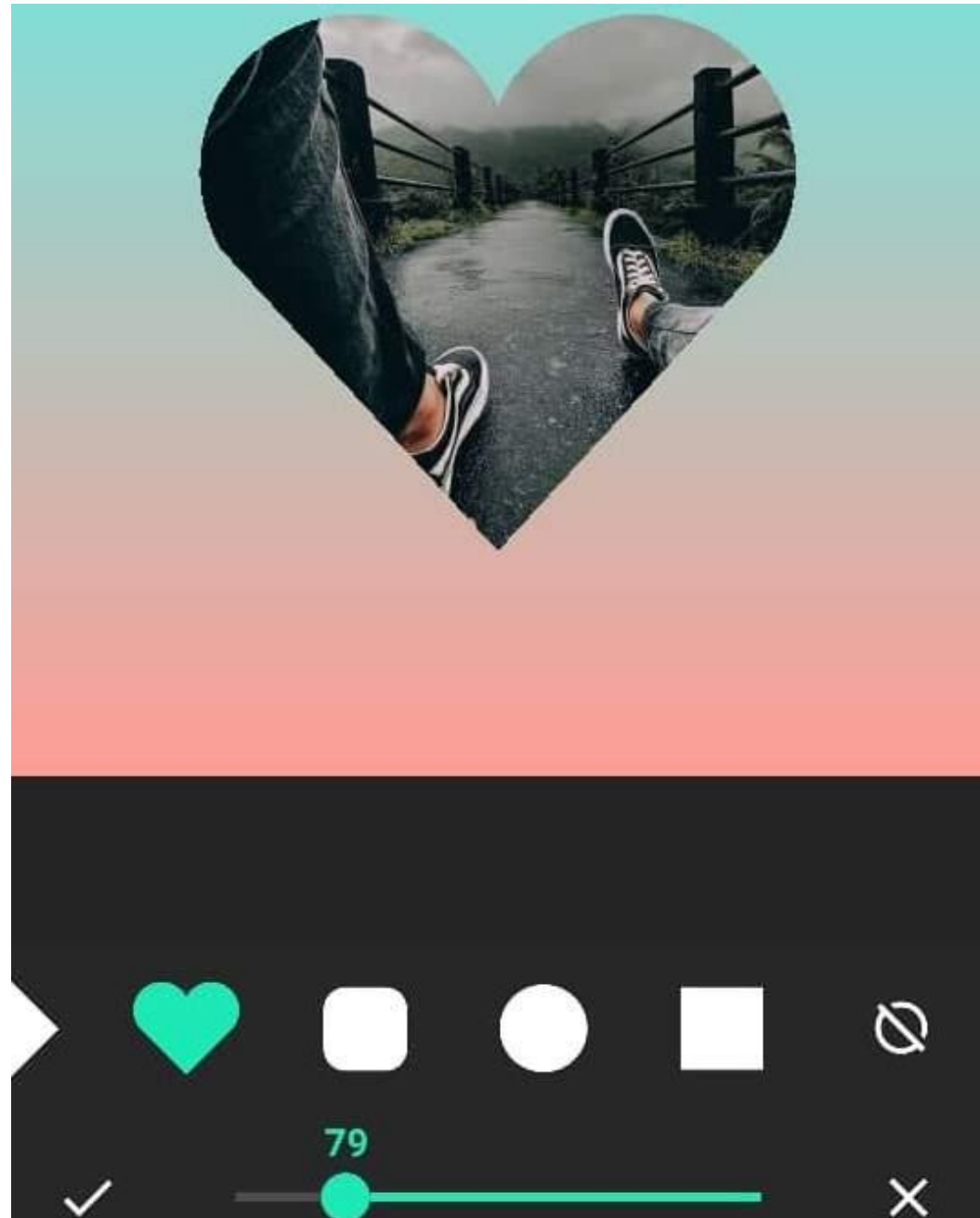
برش عکس در اینشات



برای انجام این کار در اینشات گزینه «Crop» را بزنید. گزینه «Free» در این بخش، ابعاد خاصی ندارد و انتخاب را به عهده خودتان می‌گذارد، در حالی که سایر گزینه‌ها ابعاد مشخصی دارند که معمولاً مناسب شبکه‌های اجتماعی هستند. کافی است گزینه موردنظر را برگزینید، تصویر را حرکت دهید تا به درستی در کادر برش قرار بگیرد و در نهایت دکمه تیک را بزنید.

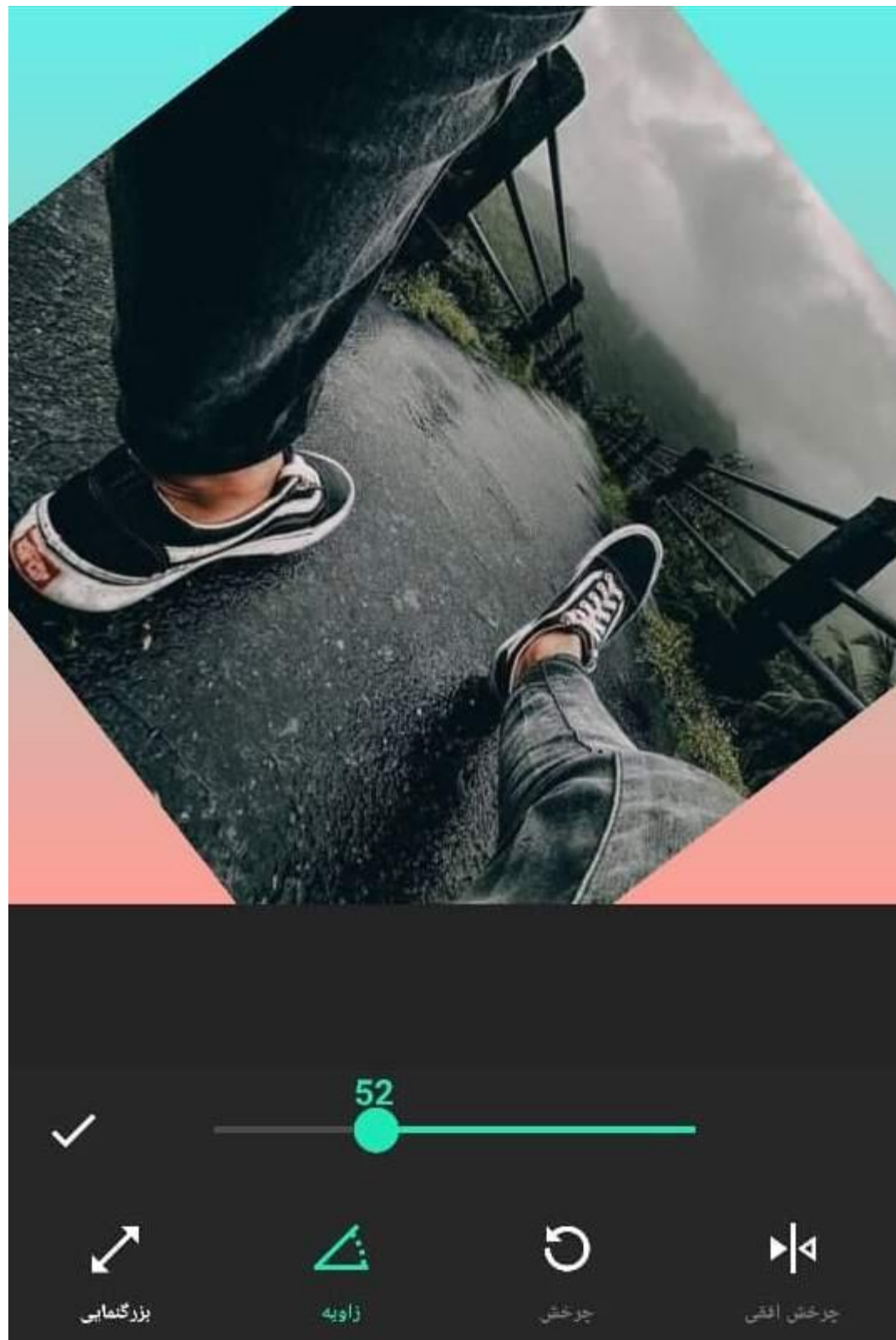
انتخاب فریم برش در اینشات

با زدن گزینه «Frame» می‌توانید عکس خود را به شکل خاصی برش بزنید، اشکالی مانند قلب و مثلث جزو این گزینه‌ها هستند. معمولاً برای خلق عکس‌های هنری و خلاقانه از این نوع برش استفاده می‌شود و دستتان برای استفاده از خلاقیت در این قسمت باز است.



چرخاندن عکس در اینشات

اگر تصویر شما به اشتباه چرخیده است یا می‌خواهید برای خلق جلوه بصری خلاقانه آن را بچرخانید، گزینه «Rotate» را برگزینید. ممکن است قاب بندی عکستان کمی کج باشد که به کمک این گزینه می‌توانید آن را رفع کنید اما از یاد نبرید که بخشی از عکس برش خواهد خورد.



سناریونویسی در تبلیغات



مهم ترین بخش هر اثر خوبی، خیلی قبل تر موقع نوشتن سناریو انجام شده است.
سناریونویسی در تبلیغات به همان اندازه صنعت فیلم و سریال مهم است؛ فرقی هم
ندارد فرمت تبلیغات شما ویدئو، پادکست یا حتی استوری اینستاگرام است!

منظور از سناریونویسی در تبلیغات چیست؟

تعریف سناریونویسی تبلیغاتی ساده است: نقشه راهی با جزئیات کامل که صحنه‌ها، حرکات‌ها، زاویه دوربین، دیالوگ، ترتیب محتوا و... را معلوم می‌کند.

هدف از سناریو نویسی در تولید محتوا چیست؟

سناریو نویسی می تواند به کاربران و مخاطبان در ارائه مفهوم هر کسب و کاری کمک کند تا بیشتر با آن آشنا شوند.

نمونه سناریو

متن	تصویر
کفش در سلامتی انسان نقش پررنگی دارد. تمام اعمال حرکتی ما مثل راهرفتن، نشستن و خم شدن، تحت تاثیر کفشی است که به پا می‌کنیم.	ورزشکاری با کفش‌های معمولی در حال دویدن که احساس ناراحتی می‌کند.
ولی به کفش خوب چه ویژگی‌هایی داره؟ قالب مناسب، کفۀ سبک و راحت و...	نشان دادن افراد مختلفی که کفش رایا را پوشیده‌اند، فعالیت مشخصی انجام می‌دهند و احساس راحتی می‌کنند.
کفش‌های رایا در دو مدل کتونی و راحتی، نیازهای شما رو برای پیاده‌روی طولانی، ورزش و سایر فعالیت‌ها در هر چهار فصل برطرف می‌کنه.	
کفش‌های رایا رو می‌تونید با قیمت مناسب و خیلی راحت بخرید. فقط کافیه به لینک زیر مراجعه کنید!	آدرس صفحه فروشگاه
پاهای خود را به رایا بسپارید!	تصویر محصول

۴ کاری که باید برای نوشتن سناریوی تبلیغاتی انجام دهید!

۱. محصول (خدمت) کسب و کار و مشتری آن را بشناسید

سناریونویسی در تبلیغات زیاد با وحی سروکار ندارد! قرار نیست شروع به نوشتن کنید و بعد ببینید موضوع به چه سمتی می‌رود؛ بلکه دقیقاً باید بدانید درباره چه چیزی، برای چه کسی قرار است بنویسید.

در پرانتز بگوییم که برای مدیریت صحنه و ایده تبلیغاتی ایده‌پردازی و الهام گرفتن به کمک شما می‌آیند؛ ولی همان را باید مکتوب کنید که می‌شود سناریونویسی در تبلیغات!

۲. بدانید هدف شما از تبلیغات چیست

فرض کنید سناریو در هر قالبی که برای آن نوشته‌اید، اجرا شد و مخاطب آن را دید یا شنید. بعد از آن قرار است چه اتفاقی بیفتد؟

مثلاً مخاطب با ویژگی محصول جدید آشنا شود، به خرید آن ترغیب شود، به وب‌سایت شما سر بزند یا تغییراتی را اطلاع‌رسانی کنید؟ این موضوع کاملاً با هدف شما از تبلیغ گره خورده است که باید از قبل روشن شود.

۳. رقبا را بالا و پایین کنید

وقتی فکرهای خودتان را جمع کردید، خوب است نگاهی به کاری که دیگران انجام داده‌اند، بیندازید. سناریوی تبلیغات رقبا را بالا و پایین کنید و از آن ایده بگیرید. زمانی از کار رقبا آگاه باشید، می‌توانید تصمیم بگیرید سناریویی مشابه یا متفاوت با آن‌ها بسازید.

۴. تکلیف کانال‌های انتشار را مشخص کنید

نکته آخری که قبل از شروع نوشتن سناریو باید در نظر بگیرید، کانال‌های انتشار است؛ مثلاً ویدئو یا استوری اینستاگرام، تلگرام، لینکدین، سایت، پادکست، آپارات یا تلویزیون. کانال انتشار تکلیف فرمت اجرای سناریو را هم روشن می‌کند که می‌تواند تصاویر اسلایدی، ویدئو یا صوت باشد.

۶ مدل رایج برای سناریونویسی در تبلیغات

۱. سناریونویسی برای نشان دادن طرز کار محصول

این سناریوها معمولاً خیلی ساده هستند و به سناریونویسی پیچیده‌ای نیاز ندارند. فقط باید طرز کار با محصول را به خوبی به مخاطب نشان دهید.

هدف سناریوهایی که طرز کار با محصول را نشان می‌دهند، این است که به مخاطب کمک کنند تصمیم قطعی را برای خرید بگیرد و ابهام‌های او را رفع کنند. به همین دلیل، این ویدئوها با کال‌تواکشن‌هایی قوی تمام می‌شوند؛ مثل شماره‌تلفن سفارش.

<https://www.aparat.com/v/g04va4r>

۲. سناریوی تبلیغاتی برای معرفی محصول

ظاهر کار ساده است: می‌خواهید محصول خود را به مخاطب بشناسانید. پس باید ویژگی‌های آن را برشمارید و از مزیت‌هایش برای کاربر بگویید؛ ولی باطن کار این قدر ساده نیست.

اینکه محصول خود را چطور و با چه جمله‌هایی معرفی کنید، نقش مهم را در این سناریو بازی می‌کند. مثلاً اگر قرار است یک بازیگر محصول شما را دست بگیرد و آن را معرفی کند، باید روشن شود که او دربارهٔ چه مزیت‌هایی صحبت کند، اول کدام را بگوید و آخر کدام را! چطور محصول را نشان دهد و...

<https://www.aparat.com/v/m32y58e>

۳. سناریوی تبلیغاتی مبتنی بر شاهد

در این سناریو، شاهد یا کسی که از محصول استفاده کرده است، برای تایید ادعاهای تبلیغ وارد سناریو می‌شود. برای اینکه نتیجه بهتری بگیرید، بهتر از یکی از مشتریان واقعی خود استفاده کنید تا بازیگر! از این تکنیک می‌توانید در کانال‌های مختلف مثل تبلیغات تلویزیونی بهره ببرید.

در این سناریو، مشکل اولیه مشتری و تمام راه‌هایی که امتحان کرده است، باید گفته شود. پس از آن، آشنایی با شما و نحوه حل مشکل برجسته شود.

۴. سناریوی تبلیغاتی مبتنی بر اینفلوئنسر

اگر از شخصیتی اثرگذار مثل بازیگرها، ورزشکارها یا شخصیت‌های کارتونی برای نوشتن سناریوی خود کمک بگیرید، سراغ مدل چهارم سناریونویسی در تبلیغات رفته‌اید.

این شخصیت نماینده برند شما می‌شود و با شهرت و اعتبار خود به اثرگذاری تبلیغ شما کمک می‌کند؛ تایید اجتماعی یکی از مهم‌ترین اصول روانشناسی در فروش است!

سناریوهای مبتنی بر اینفلوئنسر تا وقتی که آن شخصیت محبوب و اثرگذار است، قابل استفاده هستند؛ برای نمونه، حضور پژمان جمشیدی در تبلیغات شهر لوازم خانگی را مثال می‌زنیم.

۵. سناریوی تبلیغاتی احساسی

این سناریوها باید توسط نویسنده‌های چیره‌دست و باتجربه نوشته شوند تا بتوانند احساسات واقعی و اصیل مخاطب را برانگیزند و ساختگی و مبتذل به نظر نرسند.

نوشتن سناریوی تبلیغاتی احساسی به‌اندازه سناریوهای طنز سخت است و اگر امکانات کافی را از نویسنده قوی و نیازمندی‌های فنی و اجرایی ندارید، از آن چشم‌پوشی کنید.

۶. سناریوی مبتنی بر سبک زندگی

در سناریوهای سبک زندگی، برند خود را وسط زندگی مشتری می‌گذارد و با نمایش نقش خود در سبک زندگی مشتری، تبلیغ را انجام می‌دهد.

برای مثال، یک برند غذای میان‌وعده، محصول خود را در دست کارمندی که ناهاری سبک و سریع می‌خواهد نشان می‌دهد یا برند کفش ورزشی، کفش را پای فردی نشان می‌دهد که روزانه قبل از کارهای دیگر ورزش می‌کند.

به‌طور کلی، هدف از نوشتن چنین سناریویی این است که یک سبک زندگی را تقویت کنید؛ از قضا، این سبک زندگی با محصولات شما شدنی است!

از دروغ پرهیز کنید!

کسب و کار را در اولویت
قرار ندهید

۳ کاری که نباید در
سناریونویسی تبلیغاتی
انجام دهید

بدون بریف شروع نکنید

ویژگی یک سناریو حرفه ای

یک سناریو خوب کوتاه است، واضح و شفاف است، اهداف شمارا پوشش می دهد و اصلی ترین نکات محتوا را در خود جای می دهد.