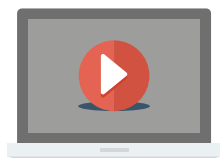


COME PREPARARE UN VIDEO LIVE PROFESSIONALE



I video in diretta coinvolgono,
incuriosiscono, fidelizzano il tuo target.



1. L'AUDIO



Se stai girando il tuo video in diretta in un luogo affollato e rumoroso, devi assolutamente prendere in considerazione l'UTILIZZO DI UN MICROFONO e assicurarti che chi è lo speaker sia abbastanza vicino alla telecamera o al microfono.

Se hai scelto di girare invece al chiuso, ricordati di SILENZIARE EVENTUALI APPARECCHI rumorosi, compreso il tuo smartphone.



2. LA LUCE



Valuta come sfruttare al meglio LA LUCE NATURALE DALLA FINESTRA e nella zona meglio illuminata. Solitamente le ore migliori per girare al chiuso sono quelle della tarda mattinata.

Se vengono riprese delle persone e dei volti, LA LUCE DOVRÀ ILLUMINARLI DIRETTAMENTE E MAI ESSERE POSIZIONATA ALLE SPALLE.



3. L'AMBIENTE



Non riempire l'ambiente di DETTAGLI APPARISCENTI E TROPPO DISTRATTIVI, a meno che non sia proprio necessario. Un arredamento curato ed equilibrato, che offra un'impressione di confort e relax, soprattutto se giri da casa o da tuo studio, è la scelta migliore.

4. LA DURATA



In un video LIVE è bene prepararsi ad **ALMENO UNA VENTINA DI MINUTI** perché:

- quando inizi la diretta, dovrai aspettare che il pubblico ti raggiunga;
- stai aprendo una conversazione vera e propria col tuo pubblico. Dovrai quindi dar loro spazio per interagire con te **TRAMITE DOMANDE E CURIOSITÀ** a cui fornire feedback e risposte pertinenti.



5. LO STORYBOARD



Uno storyboard ti permetterà di mantenere il ritmo ed eviterà momenti di imbarazzo.

SEGNA I PUNTI SALIENTI di cui vuoi parlare e tienili visibili, se necessario, in un angolo solo a te visibile.

Potresti **ORGANIZZARE PRIMA IL COINVOLGIMENTO** che poi creerai durante la diretta. Ad esempio, potresti preparare in anticipo delle domande stimolanti per il tuo pubblico.



6. IL TITOLO



Il titolo del tuo video live è importantissimo:

- deve essere **IN LINEA CON IL TUO TARGET DI PUBBLICO**, deve cioè attrarre le persone che ti interessano e a cui sai che potrai dare delle risposte utili;
- deve riassumere **IN MODO CONCISO E CONVINCENTE** il contenuto del tuo video;
- deve contenere **LE PAROLE CHIAVI GIUSTE** sia in un'ottica SEO friendly, sia nell'ottica dei tuoi followers;
- deve svelare **UNA PROMESSA PRECISA** che poi verrà mantenuta nello svolgimento della diretta.



7. L'ATTESA



Quando sei live, non aspettarti subito una folla a seguirti. Potresti aver bisogno di alcuni minuti per attirare le persone alla tua diretta.

Sfrutta questo lasso di tempo a tuo favore: **SALUTA CHI È GIÀ COLLEGATO**, poni domande a chi sta già seguendo per incoraggiare alla partecipazione e scaldare i motori, **PRESENTATI E PRESENTA IL TUO LAVORO**.



8. PROGRAMMA E ANNUNCIA



Annuncia in anticipo la tua diretta per dar modo alle persone di organizzarsi e inviare loro un reminder poco prima, in modo da richiamare l'attenzione del tuo pubblico nel momento giusto.

Se utilizzi Facebook, hai già a disposizione la funzionalità: *PROGRAMMA O TRASMETTI IN DIRETTA*.

Otterrai così UN LINK DA CONDIVIDERE, proprio come fosse un evento, sia sui social che tramite la tua newsletter.

9. COINVOLGIMENTO E COMMENTI



Rendi disponibile la registrazione del video anche a diretta conclusa, e condividilo o linkalo per ottenere ulteriori visualizzazioni. Inoltre, utilizzando quest'ultima opzione, potrai personalizzarlo una volta concluso e utilizzarlo nei tuoi prossimi Adv, nelle inserzioni pubblicitarie.

ATTENZIONE AI COMMENTI: ad esempio, durante la diretta di un evento come una festa o un flashmob, non avrai grandi possibilità di seguire e dar spazio ai commenti. A questi potrai dedicarti solo dopo.

10. LA CONNESSIONE



Per evitare inutili disturbi e intoppi alla diretta, assicurati di utilizzare una buona connessione di rete e di **NON ESEGUIRE DOWNLOAD O UPLOAD** mentre sei live.

11. I TOOL



- Belive.tv
- OBS Studio
- Ecamm Live

12. BRAND E CTA



Fai in modo che **IL TUO LOGO E IL TUO BRAND** siano sempre perfettamente visibili nei tuoi video.

Infine, una CTA, cioè una **CALL TO ACTION** finale è d'obbligo. Indirizza le persone al tuo sito web, o ad acquistare il tuo prodotto o, ancora, ad iscriversi alla tua newsletter o al tuo canale YouTube.

Dai quindi delle indicazioni preziose da seguire al tuo pubblico in un'ottica di marketing.

