

PRVA POMOĆ ZA VIRALNI VIDEO

@NIK_JOVANOVIC_DIGITAL

Ovo je kontrolna lista koja garantovano povećava organski broj pregleda videa kratke forme (Instagram reels, TikTok, Facebook reels, YouTube shorts).

Ako uspeš da napišeš scenario i snimiš video koji daje potvrđan odgovor na sva (ili bar većinu) pitanja iz ove liste, rezultati neće izostati. Na prvom sledećem videu očekuj minimalno 5-10x više pregleda nego što je to bilo do sada. Kada imaš proverenu i dokazanu formulu za uspeh, sve je mnogo lakše!

1

DA LI GLEDAOCI ŽELE DA GLEDAJU OVAJ VIDEO?

☐

Ovo je mnogo važno! Stavi se u ulogu svoje publike kojoj će se ovaj video prikazati. Analiziraj scenario za video i odgovori sebi iskreno: „Da li moja publika želi da gleda ovaj video?“ Niko ne želi da gleda reklame na društvenim mrežama. Iako je nama najvažnije da čuju šta im nudimo, njima nije.

2

DA LI VIDEO IMA DOBRU UDICU (HOOK)?

☐

Svaki viralni video mora da ima dobar hook u prve 2-3 sekunde. Toliko vremena imaš da ubediš gledaoca da nastavi da gleda ili je već „skrolovao“ dalje i nikada više neće biti u prilici da pogleda tvoj video čak i da je nastavak jako dobar. Hook je ključan element koji daje obećanje i postavlja očekivanje koje će zadržati gledaoca uz neizdrživu želju da pogleda video u celosti dok ne dobije „nagradu“ (razrešenje, informaciju, ispunjenje obećanja sa početka).

3

DA LI JE TEMA DOVOLJNO „ŠIROKA“?

☐

Ovde ljudi najčešće greše ako žele viralne video klipove. Video mora da ima veliku publiku da bi ušao u algoritam i otišao viralno. Temu videa zadrži blisko svojoj niši tj. delatnosti kojom se baviš ali hook mora da obuhvati najširu moguću publiku. Ako je početak zanimljiv samo za usku ciljnu grupu koju ti smatraš svojim idealnim klijentima/kupcima, video nikada neće postati viralan. Sa druge strane kada video postane viralan i dobije više stotina hiljada pregleda, među njima će svakako biti i veliki broj onih iz tvoje ciljne grupe.

4

DA LI VIDEO IDE U LOOP?

☐

Ovo nije obavezno ali može dosta da pomogne. Šta je Loop? Loop je ono kada se video završi i opet počne ispočetka na skoro neprimetan način, a gledaocu treba par sekundi da shvati da se to zapravo dogodilo.

5

DA LI JE SVAKA SEKUNDA VIDEA BAŠ POTREBNA?

☐

U vreme kratke pažnje i bombastičnog sadržaja na svakom koraku, svaki sekund gledaočevog vremena je dragocen. Kada pišeš scenario napravi nekoliko revizija, izbacij svaku suvišnu reč ili rečenicu s tim da zadržiš suštinu. Nemoj koristiti nepotrebne rečenice tipa: „Ćao ja sam Marko...” ili „dobrodošli u novu objavu u kojoj ću vam pričati o...” takođe i rečenice kao što je „... i to bi bilo to na ovu temu” ili „vidimo se u sledećem klipu”.

6

DA LI VIDEO SPADA U JEDNU OD OVIH TEMA?

☐

Edukacija

Inspiracija

Komedija

Senzacija

Emocionalna reakcija

Sukob Mišljenja

7

DA LI ĆE GLEDALAC POŽELETI DA SHARE-UJE ILI SAČUVA OVAJ VIDEO

☐

Share i Save su, uz komentare i prosečno vreme gledanja, najvažniji signali za algoritam. Svakoj društvenoj mreži je cilj da što veći broj ljudi provede što više vremena na toj društvenoj mreži. Da li video daje ljudima neki razlog da ga sačuvaju ili pošalju prijateljima?

8

DA LI ĆE GLEDALAC POŽELETI DA OSTAVI KOMENTAR?

☐

Video sadrži neko pitanje/direktan poziv da se odgovori/otvara sukob mišljenja ili je jasno da će neka rečenica da trigeruje dokone komentatore na društvenim mrežama. Svaka od ovih opcija je dobra.

TEHNIČKA PITANJA

9

DA LI JE PRE SNIMANJA OBRISAN OBJEKTIV NA KAMERI TELEFONA?

☐

Ovo možda deluje smešno, ali kamera je često masna i video je zamagljen ili ima čudne odsjaje, što može znatno da „pojeftini“ izgled videa.

10

DA LI VIDEO IMA TITLOVE?

☐

Mnogi ljudi gledaju sadržaj na društvenim mrežama bez zvuka (na poslu, u prevozu, uveče dok ukućani spavaju...), a i generalno je lakše pratiti svaku priču kada postoje titlovi. Ne smemo izgubiti gledaoce koji gledaju bez zvuka.

11

DA LI JE VIDEO SNIMLJEN USPRAVNO U FORMATU 9:16?

☐

Horizontalni video se nikako ne koristi za reels, tiktok i shorts forme.

12

DA LI VIDEO IMA DINAMIČAN EDIT (VIDEO MONTAŽA)?



Ako je u videu samo jedan kadar koji se ne pomera, to često bude dosadno za gledanje. Dobro je da video ima neke rezove, promene okruženja, zoom in ili zoom out, pokrivalice, grafičke prikaze i sl.

13

DA LI JE ISPOŠTOVANO PRAVILO „SIGURNIH ZONA“?



Određeni delovi ekrana na društvenim mrežama su pokriveni raznim elementima kao što su profilna slika i username, opis, ikonice: like, save, share itd. Važni elementi videa i titlovi ne smeju da budu ispod tih elemenata već moraju da se vide sve vreme, zato se vodi računa o sigurnim zonama.

ZAKLJUČAK

Svaka od ovih tačaka je važna i pomaže da tvoj novi video (Instagram Reels/TikTok) postane viralan. Ovo je ipak samo PRVA POMOĆ za viralni sadržaj i mnogo tema i detalja nije stalo u ovu check listu.

Ako smatraš da tvoj biznis ima potencijala da “eksplokira” na društvenim mrežama, želim da te pozovem da se priključiš mom [KLUBU VIRALNIH KREATORA](#), gde sam napravio idealno okruženje za siguran uspeh tvojih budućih objava.

Svi faktori za viralni sadržaj su mnogo detaljnije obrađene, otkrivam sve tajne koje su mom profilu [@nik_jovanovic_digital](#) omogućile da dobijem preko 40.000 Instagram pratilaca za samo 2 meseca. Ulazimo dublje u psihologiju i kreiranje viralnih struktura scenarija.

Evo šta te sve tamo čeka:

- **Kompletan video kurs** na temu marketing strategije kroz kreiranje viralnih sadržaja za društvene mreže. Od ideje i pisanja scenarija, do tehničkih detalja: snimanja, video editovanja i najboljih aplikacija koje olakšavaju svaki proces.
- **Zajednica** ljudi koji imaju iste ciljeve kao i ti. Tu se dopisujemo, odgovara se na sva pitanja, rešava se svaki problem i razmena iskustava je neprocenljiva. Dobijaš feedback na svoje scenarije kako bi se osigurao uspeh i pre snimanja i objavljivanja videa.
- **Live grupni pozivi** - Gde se družimo, pričamo o novim idejama i zajedno rešavamo probleme

Trud se mnogo više isplati kada počneš da kreiraš sadržaj planski i metodično umesto “spontano”.

P.S. Čujemo se kada tvoj video prvi put pređe 100.000 pregleda, seti se da mi javiš da se radujemo zajedno :) Pozdrav!