

1.Cấu trúc kịch bản triệu lượt xem

- . Cấu trúc kịch bản
 - . diễn viên
 - . tóm tắt
 - . thông điệp
 - . bối cảnh
 - . đạo cụ
- . đừng bao giờ để khán giả biết cái kết chỉ trong 1 video

2.Mẫu kịch bản về tình yêu

- . quay xe càng nhiều càng tốt
- . tạo sự thu hút từ 1 vấn đề nhỏ

3.Tại sao chủ đề mình chọn lại khó thành công

- . phải làm thì mới hiệu quả, chưa làm thì chưa nói trước điều gì
- . tránh tự tạo lỗi mòn, đi vào ngõ cụt, tự đóng cánh cửa của bản thân

4.Kịch bản triệu view cho kênh từ số 0

- . bắt chuyện nhanh từ 5s đầu tiên
- . giải quyết hết vấn đề trong 1 video
- . mang ra khái niệm và mở rộng khái niệm đó ra trong video

5.Những lưu ý để đạt triệu view

- . đặc tả những chi tiết quan trọng bằng cách quay cận
- . đưa ra drama -> giải thích nguồn gốc vấn đề -> giải quyết vấn đề -> đưa ra cái kết bất ngờ -> thông điệp
- . tiêu đề giật tít thu hút để kéo người xem từ giây đầu tiên, đánh lạc hướng người
- . tập trung vào người xem chứ không phải làm video để thỏa mãn bản thân
- . tránh các thoại giải thích quá nhiều về 1 sự vật sự việc nào đó, ưu tiên dùng sự vật sự việc để truyền tải

6.Mẫu kịch bản về gia đình

- . diễn như không diễn, không làm điều gì không phải chính mình khi đóng

. đóng là chính mình sẽ tạo nét riêng cho sản phẩm, định nghĩa luôn vai diễn đặc trưng của mình

. bên ngoài như nào thì lên hình y chang vậy

. đọc kịch bản chỉ cần hiểu, không cần phải y theo kịch bản

7.Kịch bản về giúp đỡ

. chọn thời điểm để mà đăng

. không cần drama quá, tập trung tạo sự thương cảm ở đầu video

. phần cuối mở để tạo cảm xúc cho người xem

. giảm sự tiêu cực của sản phẩm do dễ bị xử phạt

. nội dung mới là yếu tố quan trọng nhất

8.Xem và sửa video (p1)

. đời không như phim nên thêm mắm thêm muối để câu chuyện trở nên sống động hơn

. tạo tình tiết gây ngớ để khán giả hứng thú xem tiếp

. thoát khỏi lối mòn suy nghĩ để tạo tình huống lạ

. bám sát câu chuyện thực tế để người xem thấy hình ảnh của họ trong video

9.Xem và sửa video (p2)

. chọn khung phù hợp với nền tảng

. khi làm video thương hiệu cá nhân cần đưa mặt mình vào những giây đầu tiên

. đưa nói 3 thương hiệu trở lên trong 1 video sẽ không bị đánh giá là quảng cáo

. tránh phân tích quá nhiều, dẫn chứng bằng 1 câu chuyện để ng ta dễ hiểu dễ hình dung

. nên có phụ đề để tránh người xem không hiểu do giọng vùng miền