

# VIDEO

## ACADEMY - REALITY

# Najčastejšie chyby s videom a ako sa im vyhnúť

PRACOVNÝ ZOŠIT



Tento tréning pre Vás starostlivo pripravil

**František Kozáček**

**Expert na realitný video marketing**

## Video – 7 najčastejších chýb pri tvorení textov pre videoobhliadku a ako sa im vyhnúť

Keď s niečím začíname je prirodzené, že robíme aj chyby. Hlavne tie začiatocnícke. Vďaka tomuto tréningu Vy už tieto chyby robiť nemusíte, pretože v tomto videu sa dozviete, ako sa najčastejším chybám pri tvorení textov vyhnúť a tvoriť špičkové texty pre svoje videoobhliadky hneď od začiatku.

Zoznam najčastejších chýb a ako sa im vyhnúť:

### 1. Vo videoobhliadke chýba doprovdné slovo

Problém: Ak je vo videoobhliadke iba obraz, tak pôsobí, len na zrak - divák vidí. Video však ponúka skvelú možnosť pôsobiť aj na druhý zmysel človeka. Sluch. No a platí pravidlo, že čím viac zmyslov dokážete osloviť tým väčšiu silu svojej videoobhliadke dodáte.

Riešenie: Okrem obrazu sprevádzajte svojho diváka vo videoobhliadke aj sprievodným slovom. Využijete tak silu videa naplno, pretože divák bude zároveň vidieť aj počuť a zapojíte obidva jeho zmysly a tým dosiahnete väčšiu účinnosť.

### 2. Nedostatočná, alebo vôbec žiadna príprava

Problém: Videoobhliadka je prezentácia nielen nehnuteľnosti, ktorú ponúkate, ale aj Vás. Čím lepšie sa pripravíte, tým lepší výsledok môžete očakávať.

Riešenie: Venujte príprave dostatok času, pretože je to jeden z najdôležitejších momentov tvorby a má výrazný vplyv na Váš konečný výsledok.

Inšpiráciu môžete nájsť napríklad v časopisoch, alebo na internete. Zapisujte si slovné spojenia, ktoré Vás zaujmú a potom keď budete tvoriť texty pre svoje videoobhliadky, tak si ich len pozriete a môžete ich hneď využiť. Výbornou pomôckou je pero a papier, alebo aplikácia do mobilu, kde si môžete všetky svoje myšlienky hneď zachytiť. Ja používam aplikáciu zdarma ColorNote. Mám tak zápisník vždy po ruke. Nedovolím predať, aby mi miliónová myšlienka len tak unikla hore komínom ☺ [Link pre viac detailov>>>](#)

### 3. Obsah je pre expertov

Problém: Makléri často krát používajú výrazy, ktorým bežný človek nerozumie, ako napríklad LV-čko, intravilán, polyfunkčná budova, atď... Toto má však za následok, že keď ľudia niečomu nerozumejú, tak sa im nechce tomu venovať pozornosť a preto často krát takéto video vypnú.

Riešenie: Tvorte obsah pre ľudí, pretože hlavne oni budú pozerat' Vaše videá. Lepšie sa tak spojíte so svojimi divákmi.

Príklad:

namiesto výrazu „*Polyfunkčná budova*“ môžete napríklad povedať toto. „*Len si predstavte, že hore budete bývať a dole máte obchodíky, takže pohodlne v papučiach si zbehnete kúpiť čerstvé pečivo*“

### 4. Autor hovorí o sebe a nie o zákazníkovi

Problém:

V tomto videu **ukazujem** 7 najčastejších chýb...

V tomto videu **sa dozviete** 7 najčastejších chýb... cítite ten rozdiel?

Význam viet je ten istý no v prvej hovorím o sebe a v druhej o Vás.

Riešenie: Hovorte vo svojich videách o divákovi, lepšie si tak udržíte jeho pozornosť a o to s väčšou radosťou a chuťou dopozera Vaše video až do konca.

### 5. Dlhý a nudný úvod

Problém: pokiaľ si hneď v úvode – v prvých sekundách nechytíte pozornosť svojho diváka, tak je veľká šanca, že Vaše video veľmi rýchlo vypne.

Riešenie: venujte dostatočný čas príprave a pripravte si lákavá háčik, ktorým si hneď od začiatku chytíte pozornosť svojich divákov. 3 konkrétne techniky ako vytvoriť háčik uvidíte priamo vo videu 5+1 kroková formula pre tvorbu textov pre videoobhliadky.

## 6. Výhody sú nedostatočne vysvetlené

Problém: maklér hovorí len o výhodách. Byt je priestranný, slnečný, blízko je les, atď.... toto sú len výhody. Nič to však nehovorí o tom čo presne z tohto divák získa. Ak zákazník hneď nevidí úžitok, potom automaticky má pre neho ponuka nižšiu hodnotu.

Riešenie: Hovorte vo svojich videoobhliadkach súčasne o výhodách a aj o benefitoch. Využite techniku VB (V = Výhoda, B = Benefit), pretože keď spojíte výhodu s benefitom dodáte svojej videoobhliadke výrazne väčšiu presvedčivosť a zároveň zvyšujete jej hodnotu.

Príklad:

*Súčasťou bytu je táto priestranná obývačka. (VÝHODA) Máte v nej obrovský gauč, na ktorý sa môžete kedykoľvek rozvaliť. Takže keď prídete z práce, môžete si na ňom pohodlne oddýchnuť pri pozeraní svojich obľúbených filmov. Zároveň je tak veľký že sa na neho zmestíte aj s celou svojou rodinou. (BENEFIT)*

## 7. Nejasná, alebo vôbec žiadna výzva k akcii

Problém: Ak divákovi nepoviete čo má urobiť, potom si znižujete šancu, že urobí práve to čo chcete Vy.

Riešenie: Chcete aby Vám divák po dopozieraní zavolať? Tak mu to povedzte. Chcete aby Vám napísal email? Tak mu to povedzte tiež. Vyzvite diváka na konci videa ku konkrétnej akcii, pretože takto si zvýšite šance, že urobí presne to čo chcete práve Vy.

Príklad:

Zavolajte mi a prídte si tento byt pozrieť aj naživo.

**Miesto pre Vaše poznámky k tomuto videu:**

# Video – 5+1 kroková formula pre vytvorenie super videoobhliadky, ktorá predáva

Vďaka tejto formule si vytvoríte od A po Z špičkový text pre svoju videoobhliadku

## 1. Krok – Háčik

Hlavnou úlohou je zaujať pozornosť svojho diváka hneď v prvých sekundách.

### 3 možnosti, ako si získať pozornosť:

- Otázka
- Problém a riešenie
- Vykreslenie pôžitku

#### Príklad pre vykreslenie pôžitku:

Raňajky na terase, božský klud, plno zelene... toto nemusí byť iba Váš sen. Môžete si to zažívať hoci aj každý deň... Je tento dom práve pre Vás? Poďme to spolu zistiť.

## 2. Krok – Vizitka

Cieľom je odprezentovať seba ako experta - budovanie osobného brendu. Použite svoju expertnú vetu.

#### Príklad:

Volám sa [meno] a už 4 roky úspešne pomáhám ľuďom nájsť ich vysnívané bývanie.

### 3. Krok – Obsah

Predstavte svojim budúcim zákazníkom hlavné výhody a benefity lokality a nehnuteľnosti. Hlavnou úlohou je vybrať TOP 3 výhody jednake lokality a tiež nehnuteľnosti a popísať ich technikou VB. Ukážte aj mapu lokality, prípadne pôdorys pre lepšiu predstavivosť.

Príklad pre lokalitu:

*V blízkosti tohto bytu sa nachádza aj jazero. (VÝHODA) Máte ho iba 3 minúty od domu a ponúka vám okrem osvieženia aj miesto s tichým prostredím. Takto si môžete spríjemniť horúce letné dni a zažiť zábavu aj so svojimi kamarátmi alebo si fantasticky vyčistiť hlavu od každodenných starostí. (BENEFIT)*

Príklad pre nehnuteľnosť:

*Súčasťou bytu je táto priestranná obývačka. (VÝHODA) Máte v nej obrovský gauč, na ktorý sa môžete kedykoľvek rozvaliť. Takže keď prídete z práce, môžete si na ňom pohodlne oddýchnuť pri pozeraní svojich obľúbených filmov. Zároveň je tak veľký že sa na neho zmestíte aj s celou svojou rodinou. (BENEFIT)*

### 4. Výzva

Vyzvite svojho diváka k akcii. Hlavnou úlohou je jasne povedať divákovi, čo presne má po dopozieraní Vášho videa urobiť.

Príklad:

Krásny byt však? Podťe si ho teda pozrieť naživo. Zavolajte mi, dohodneme si obhliadku a sami uvidíte, ako veľmi spĺňa predstavu Vášho vytúženého domova.

### 5. Vizitka

Zobrazte divákovi svoje kontaktné údaje, aby Vás čo najľahšie mohol kontaktovať.

### 6. Text si nechajte odležať

Vytvorený text si nechajte odležať cez noc. Na druhý deň sa k tomu vráťte a uvidíte, že svoj text dokážete ešte vylepšiť a zlepšiť pokojne aj o 30%.

**Miesto pre Vaše poznámky k tomuto videu:**

## Video - Vyberáme Váš mikrofón

Zvuk vo videu je pre komfort diváka dôležitejší ako obraz. Aby divák počul každé Vaše slovo jasne a zreteľne, použite mikrofón pre čo najčistejší zvuk.

3 Tipy mikrofónov:

1. **Vstavaný** priamo v nahrávacom zariadení
2. **Kloповý**, ideálny pre točenie ak ste v zábere
3. **USB mikrofón**, ideálny na nahrávanie dodatočného hovoreného slova

<b>VÝBAVA</b>		
<b>Základná pre</b> pre Smartfón	<b>Pokročilá</b> pre foťák alebo video kameru	<b>Profesionálna</b> pre foťák alebo video kamera
		
<b>Redukcia</b> pre napojenie mikrofónu k mobilu <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	<b>Kloповý mikrofón</b> Hama LM-09 <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	<b>Bezdróťový mikrofón</b> SONY UWP-V1 <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>
		
<b>Kloповý mikrofón</b> Zalman ZM-MIC1 <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	<b>USB mikrofón</b> Blue Snowball <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	

Pokiaľ sa potrebujete postaviť ďalej od nahrávacieho zariadenia a Váš mikrofón nemá dostatočne dlhý kábel, tak môžete použiť napríklad tento **predlžovací kábel Hama 43302 jack 3,5mm - 5m** [Link pre viac detailov>>>](#)



**Miesto pre Vaše poznámky k tomuto videu:**



# 1. Video - Vyberáme Váš statív

Práve pomocou statívu dosiahnete stabilný obraz vo svojom videu a dodáte svojim videobliedkam ďalší punc profesionality.

Pri statívoch je dôležité sledovať 2 veci:

- 1. Výška statívu** - ideálne do výšky Vašich očí - psychológia
- 2. Hlava statívu** - ideálne fluidná videohlava, aby ste získali plynulé zábery vo videu

VÝBAVA		
<b>Základná pre</b> pre Smartfón	<b>Základná pre</b> pre foťák ,video kameru	<b>Pokročilá až Profi pre</b> pre foťák ,video kameru
		
<b>Redukcia pre napojenie</b> mobilu na statív <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	<b>Statív BEZ video hlavy</b> Hama STAR 63 <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>	<b>Statív s video hlavou</b> Velbon DV-6000 <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>
	<b>Miesto pre Vaše poznámky k tomuto videu:</b>	
<b>Statív</b> Joby Gorilapod <a href="#">Link pre viac detailov&gt;&gt;&gt;</a>		

## **Bonusové Video – Jedna chyba, ktorá Vás môže stáť aj 700 Eur**

Legálne zdroje pre fotky, hudbu a ikony sú základom pre pokojný spánok a preto nižšie nájdete linky na tie, ktoré sú overené, spoľahlivé a môžete ich bezpečne využiť pre svoje videá

[Fotky – 123rf.com >>>](#)

[Hudba – YouTube Audiolibrary >>>](#)

[Ikony – Iconfinder.com >>>](#)

## Bonusové Video – 6 Psychologických spúšťáčov, vďaka ktorým bude Vaša videoobhliadka presvedčivejšia

Psychológia zohráva pri predaji výraznú rolu a preto v tomto videu uvidíte 6 konkrétnych spúšťáčov vďaka ktorým dodáte svojej videoobhliadke väčšiu silu a predáte ľahšie a rýchlejšie.

### 1. Vetná konštrukcia Ak..., tak...

Ak ...**niečo**..., tak ...**niečo**...

Príklad:

Ak hľadáte bývanie v Ružinove, tak tento byt si zamilujete.

Ak hľadáte bývanie na vidieku, tak tento dom je presne pre Vás.

### 2. Konkrétnosť

Uvádzajte presné údaje, pretože naša myseľ to dokáže omnoho lepšie uchopiť.

Príklad:

K domu patrí aj nádherný rozľahlý pozemok – **1.234m<sup>2</sup>** iba pre Vás.

Mesačné náklady na prevádzku tohto bytu sú **257 Eur**.

### 3. Dôkaz

Ukážte divákovi priamo vo videu, že to čo ponúkate funguje.

Príklad:

Ticho – nahrajte ho a pustite vo videu

Anketa – nahrajte vyjadrenia susedov, kde hovoria, aké je super bývať práve tu

Demonštrujte nerozbitnosť napríklad hodením kameňa do nerozbitného okna 😊

### 4. Dôvod prečo (spojka pretože)

Povedzte ľuďom prečo tvrdíte to čo tvrdíte a tým podporíte svoje tvrdenie.

Príklad:

Páči sa Vám tento byt? Zavolajte čím skôr, pretože tu sa nachádza Váš domov.

## 5. Referencia

Zvyšujte si svoju expertnosť a dôveryhodnosť cez referencie iných ľudí.

Príklad:

Požiadajte svojich zákazníkov, aby Vám povedali na video pár slov, ako ste im pomohli práve Vy.

## 6. Vzácnosť

Ak je niečoho málo ľudia to chcú o to viac. Vykresľujte vo svojich videooobhliadkach, že to čo ponúkate je vzácné.

Príklad:

Byt o ktorý je v meste veľký záujem, posledný voľný byt v novostavbe...

**Miesto pre Vaše poznámky k tomuto videu:**

**Zapojte sa do VIDEO ACADEMY naplno a zvýšte si svoje zisky vďaka videu!**

staňte sa fanúšikom na [Facebooku](#)

sledujte [YouTube](#) VIDEO ACADEMY

vstúpte do video kruhov na [Google+](#)



váš František Kozáček ☺