



RemotEmployees

[Инструкция, как монтировать контент для этого сайта](#)

Как монтировать промо-ролики?

Прежде чем я приступлю к объяснению, как правильно монтировать промо/созвоны/свадьбы для RemotEmployees – вы должны посмотреть два референсных ролика, на стилистику которых нужно будет впоследствии полагаться.

Промо:

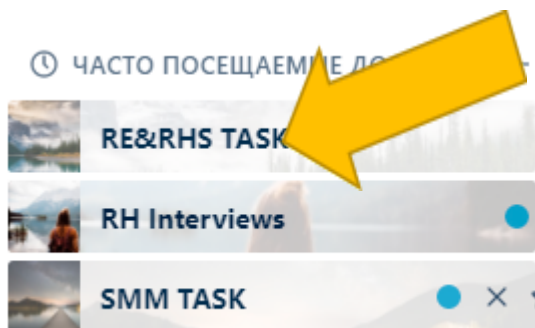
https://drive.google.com/file/d/17WtApc4pvK5aeV96hgmSqN6YfjeOc_aJ/view?usp=sharing

Созвон: https://drive.google.com/file/d/1iKb6R-lzHD43RVkrJ_isCe8KtY9eSM1p/view?usp=sharing

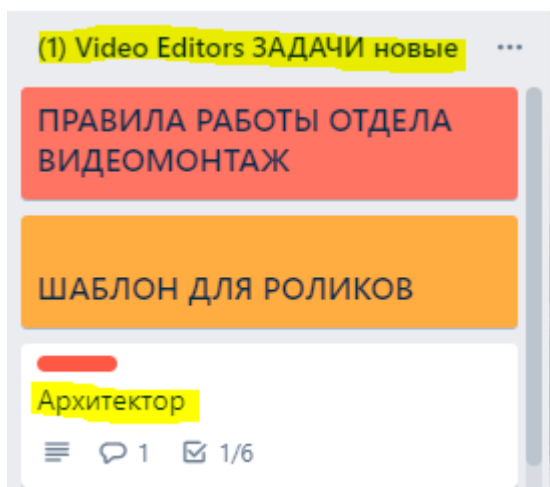
Посмотрели? Отлично, теперь мы будем говорить с вами далее на плюс-минус одном языке.

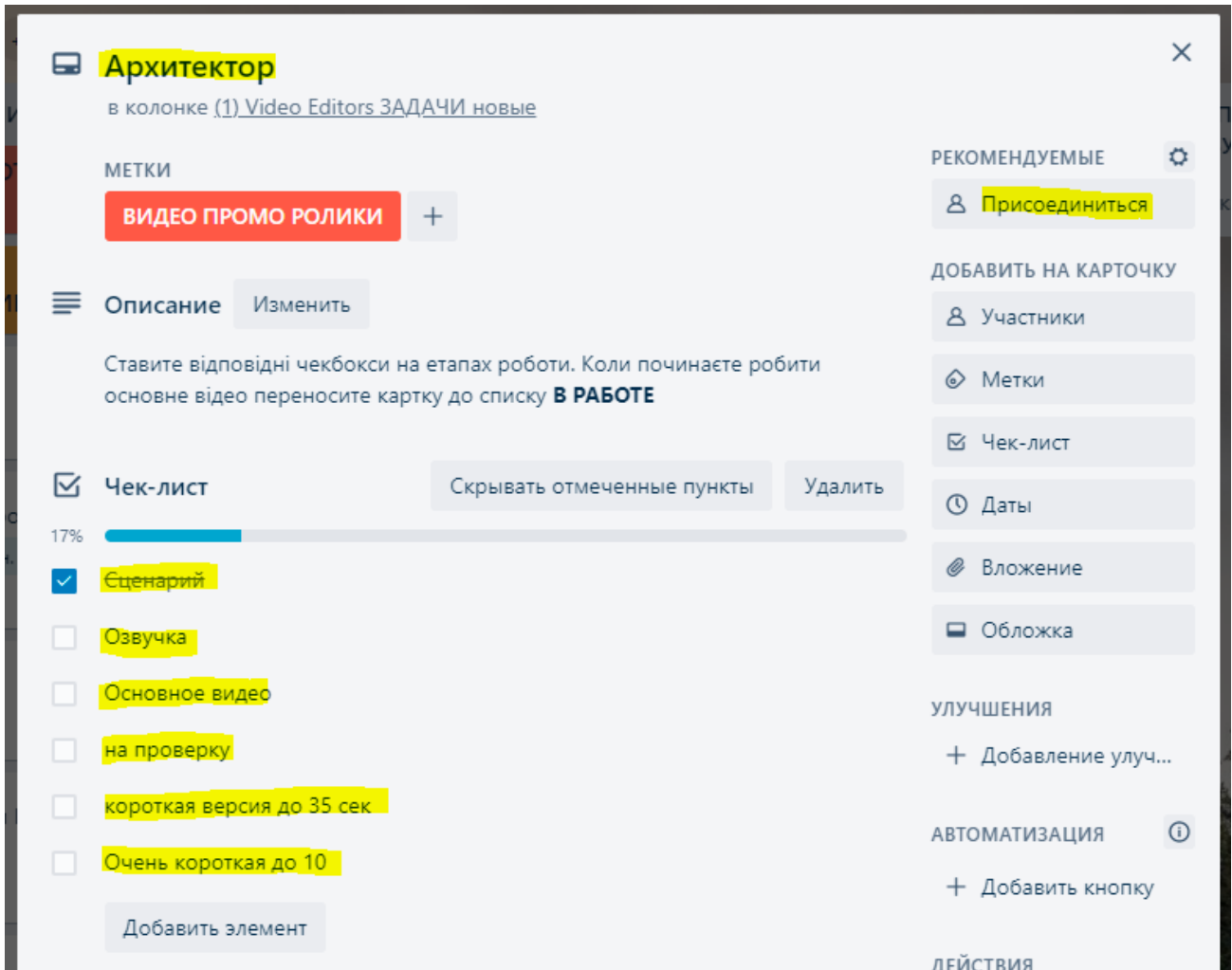
I этап. Как взять промо в работу?

Рано или поздно вам придется столкнуться с монтажом промо-роликов, связанных с разными вакансиями для нашего сайта. Как новичку взять в работу промо-ролик? Легко. Для этого переходим в Trello на доску RE&RHS TASK.



Там в колонке «Video Editors ЗАДАЧИ новые» выбираете карточку и присоединяетесь к ней.





Взяв промо в работу, процесс вашей работы разбиваются на такие этапы:

1. Сценарий – вы пишете сценарий будущего ролика так, чтобы если вы его забросили или вас послали снимать свадьбу – другой человек мог его закончить.
2. Если в вашем сценарии есть закадровый голос – вы должны попросить вашего ТимЛиду отправить его на озвучку (как правило, это занимает около недели, не больше).
3. Пришла озвучка, чудно, делаем ролик до ОДНОЙ минуты формата 16:9 FHD с битком 20mb/s+. Частоту кадров выбираем либо 24 либо 60, в зависимости от вашей задачи. Вдруг вы захотите сделать что-то киношное, и тогда 60 кадров никуда не влезут для такой задачи.
4. Отправляем нашу готовую работу в Трелло (как это делать – читать в инструкции для RH) и чтобы быть полностью уверенным в том, что ваша работа дойдет до проверки, сообщите вашему ТимЛиду по Вайберу или по УкрПочте, что «.... Задача выполнена». После кидаете ссылку на вашу работу.

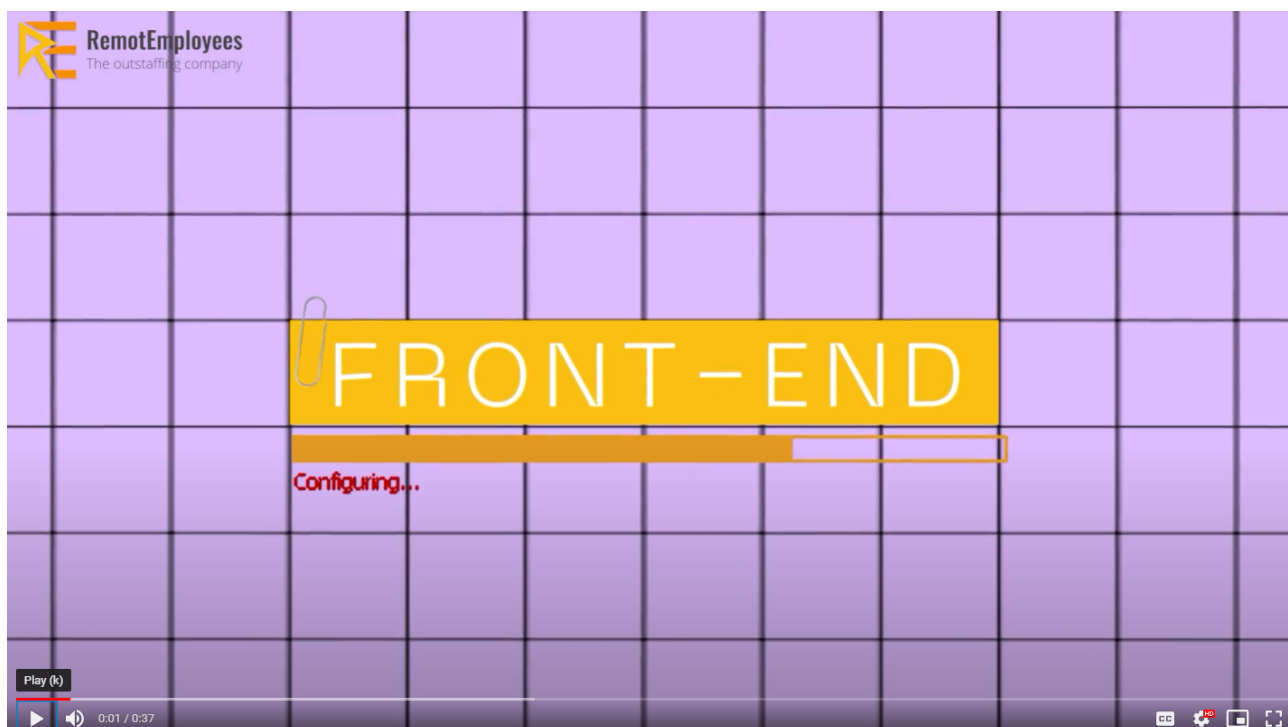
5. Одобрив, теперь на его основе делаем ролик для ТикТок формата 9:16 FHD до 30 сек. И вставляем туда самые красочные моменты вашего чудо-промо.
6. Потом берём этот ролик для ТикТока и форматируем его в 1:1 для поста в Инсте. То есть просто делаем его квадратным, исходя из этой логики, лучше весь текст в версии промо для сетей размещать посередине. Для Ютуба - где душа пожелает, там текст и вставьте. Главное не выходить за рамки вашего вероисповедания.
7. И последний штрих – делаете супер короткий ролик 9:16 FHD длительностью в 15 сек. Для сторис в Инсте.

Итог:

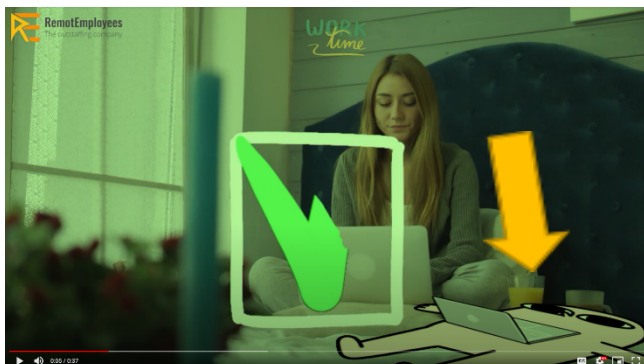
1. Большой ролик для YouTube [до минуты -> 16:9 -> FHD -> 24;60 fps -> bit 12mb/s]
2. Маленький ролик для TikTok [до 30сек -> 9:16 -> FHD -> 24;60 fps -> bit 12mb/s]
3. Маленький ролик для поста в Instagram [тот же ролик для ТикТока только формат 1:1]
4. Супер маленький ролик для сторис в Instagram [до 15сек. -> 9:16 -> 24;60 fps -> bit 12mb/s]

II этап. Монтаж промо

Теперь поговорим о самой изюминке того промо-ролика, который вы должны были посмотреть еще в самом начале:



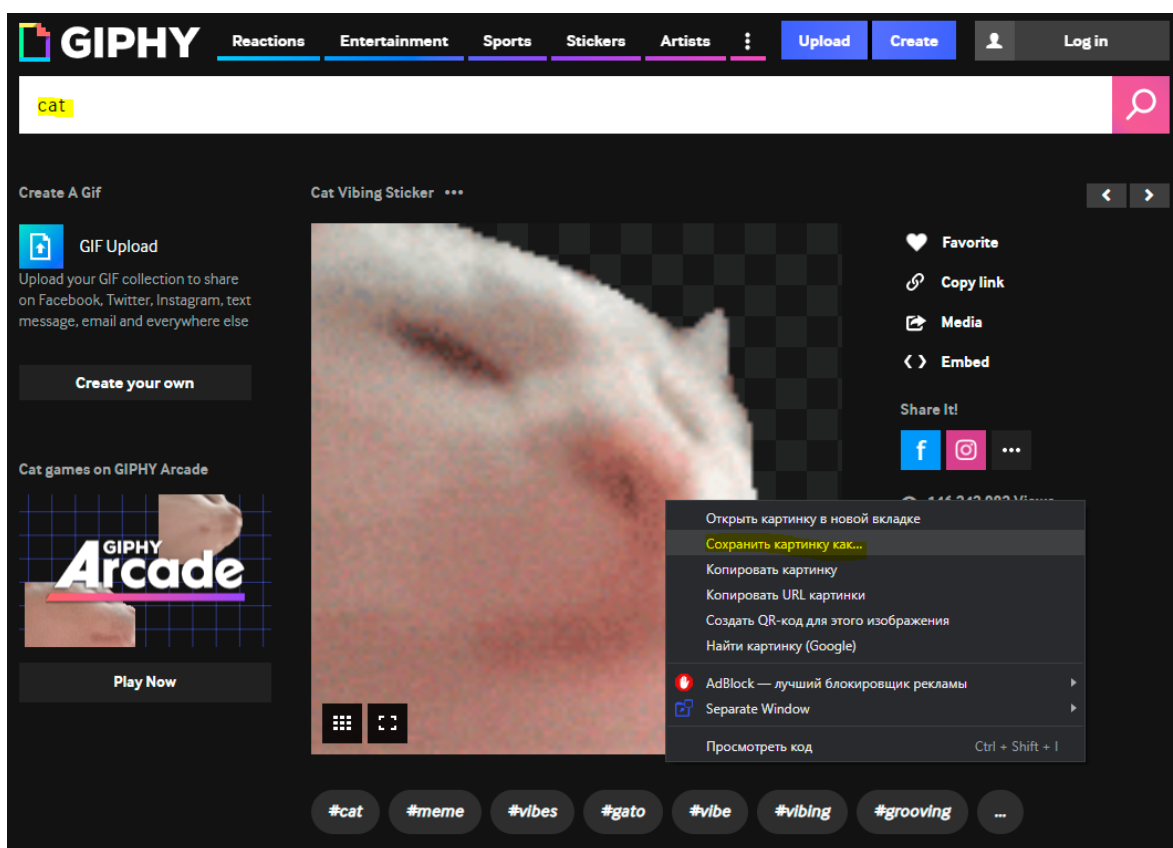
Первое, что бросается в глаза – это обилие разных гифок, которые как-то взаимодействуют с объектами на сцене, или просто служат классным BG. Вот пример тандема GIF со стоковым роликом:



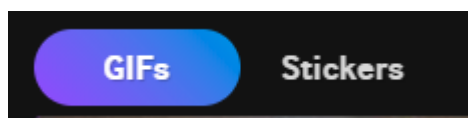
На левом скрине мы видим, как пухлый обормот лежит с девушкой в постели и делает вид, что он работает.

На правом скрине на мудборде притречена табличка с гифками и человек с ними взаимодействует. Но ещё одна фишка, это **отсутствие лиц людей со стоков**. Их прикрываем гифками котиков.

Гифки можно брать с этого сайта, или любого другого с гифками: <https://giphy.com/>

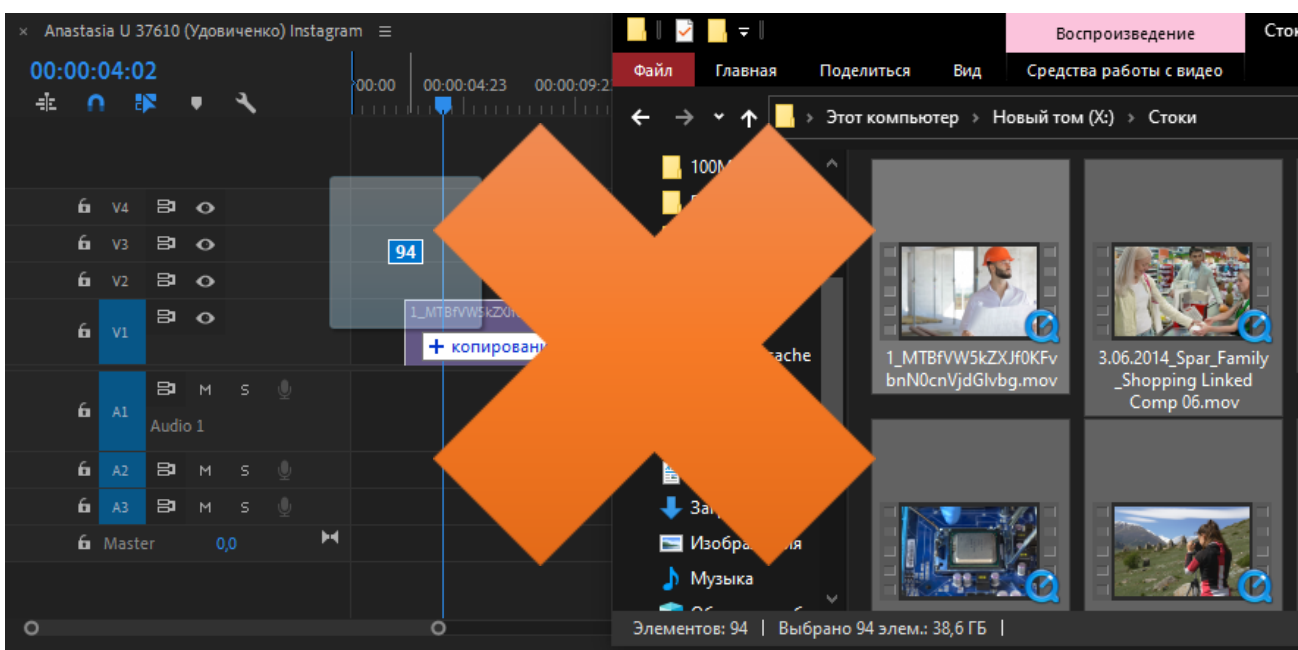


Можно сохранять как обычные картинки. Чтобы гифка была с альфа-каналом - выбираем не гиф, а стикеры



Так выглядит вкладка с альфа-каналом

Помимо стикеров, мы можем заметить отсутствие большого количества стоковых роликов. Ими не надо захламлять видеоряд. Выглядит это колхозно и по-тинейджерски. Если и добавляем, то только как дополнение к гифкам. Тогда это будет смотреться чисто ПРИКОЛЬНО.



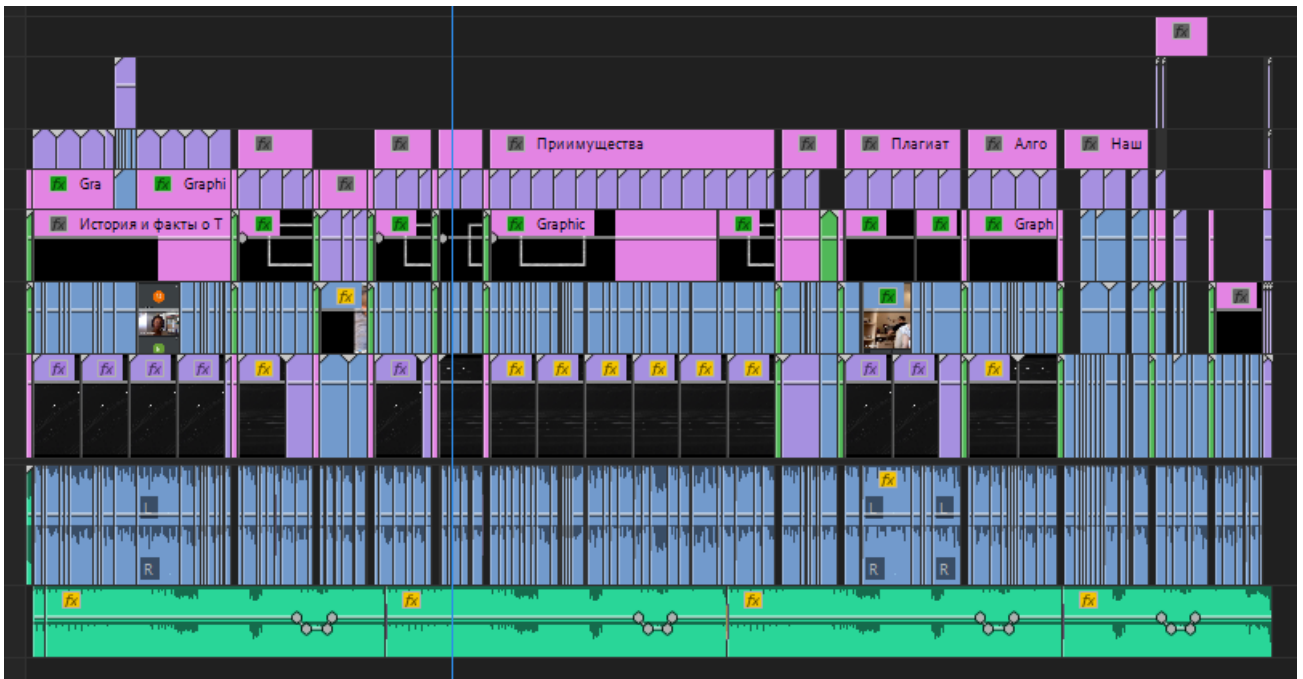
СтокоФетиш - вредит здоровью.

Касательно того, какие цвета должны присутствовать в ролике – опирайтесь на референс.

Все ребят, творим! Пока у нас нет жёстких границ в создании промо, НО такому стилю мы должны придерживаться. Ролик должен быть похожим на ПиновуюДоску (Мудборд), ну и дальше по фантазии. Пробуем, спотыкаемся, поднимаемся и идем снимать свадьбы.

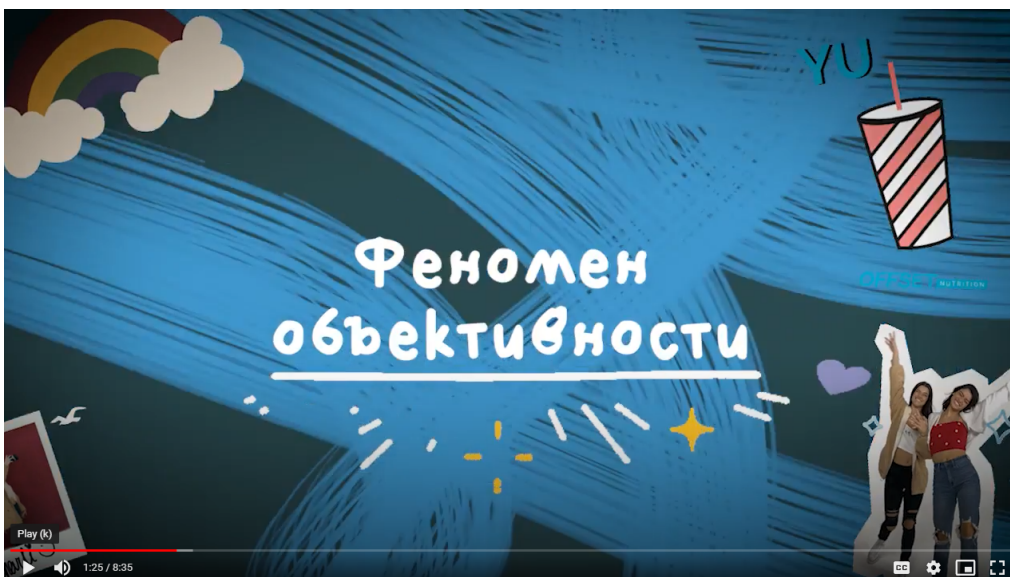
III этап. Как монтировать созвоны?

Иногда бывает такое, что на созвонах мы обсуждаем какую-то интересную информацию, из которой потом можно сделать контент для социальных сетей, и чтобы его смотрели, нужно вырезать из записи этого самого звонка всю ненужную информацию и оставить только самое интересное:



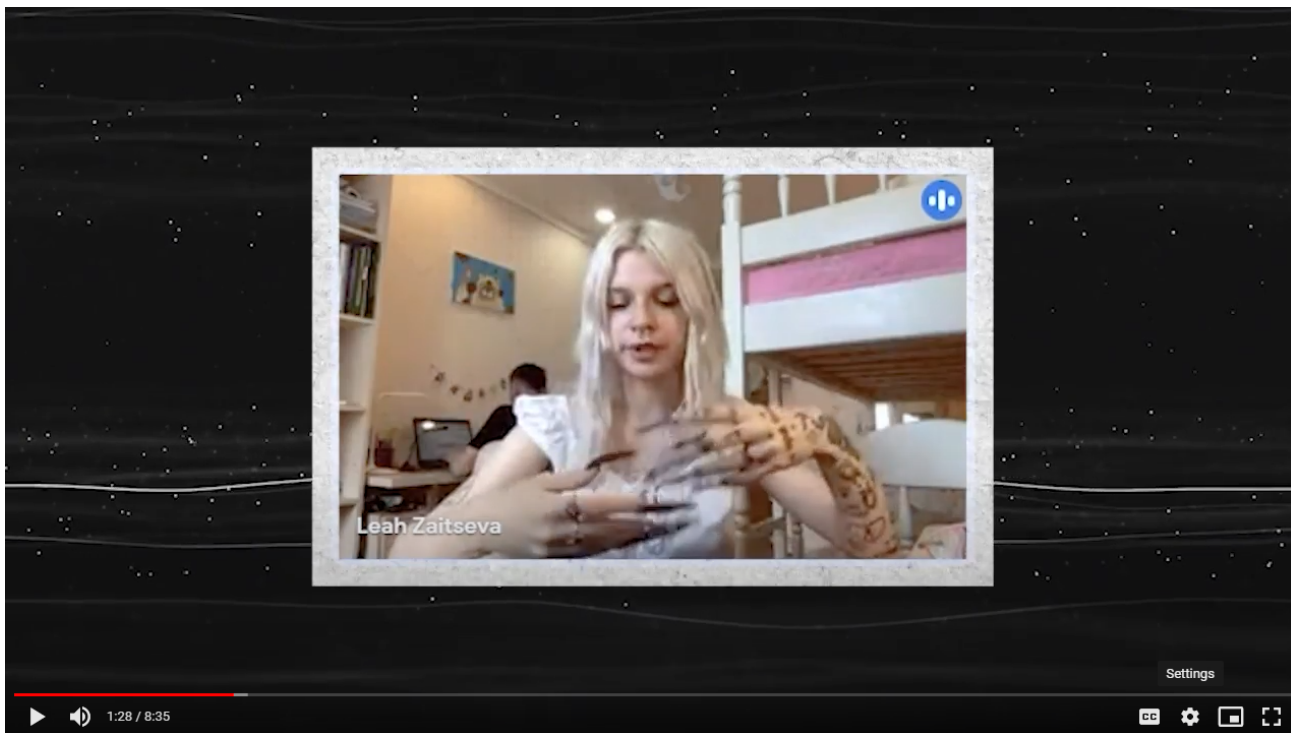
Так выглядит timeline монтажа того референсного ролика-созвона, который вы просмотрели.

Очень рекомендуется создавать логические паузы, когда человек заканчивает говорить на какую-то тему, а потом делать вставку, например «Феномен объективности», и ведущий начинает нам уже на эту тему стелить.



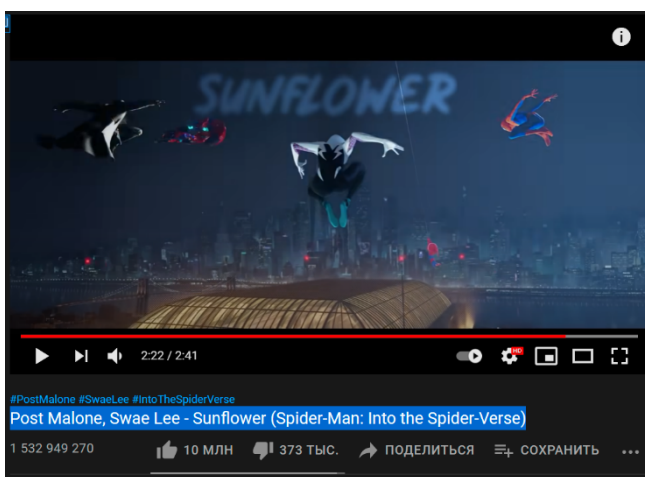
Если человек говорит один с включенной камерой, то вставляем только его на середину экрана. Если ведёт диалог со вторым человеком с камерой, то просто меняем их местами, как выключатель. На фон ставим какой-то МЕЕЕЕДЛЕННЫЙ лёгенький зацикленный футаж, который не отвлекал бы человека от ведущего. Из-за

броского футаж на фоне, человек переведет свое внимание на прикольные летающие шарики и ВСЁ, всё пропало. Вот как примерно надо:



Музыка

В этом ролике автор взял минус из песни Post Malone, Swae Lee – Sunflower, и в принципе, за минус Ютуб банить не должен, но больше так делать не нужно в случае с Ютубом. Берём музыку только со стоков (Envato) и вставляем в ролик. Для ТикТока, если делаете какой-то Анонс или открытку – можете использовать музыку из раздела «Популярное», чтобы продвинуть ролик в раскрутке (ТикТок не банит за авторское право).



Такой ролик нужно делать с такими настройками – FHD -> 16:9 -> 24;60fps -> bit 12mb/s.

Каких-то жёстких рамок в этом деле нет, в отличии от железобетонных правил Remote Helpers. Тут творим, включаем фантазию и не забываем о референсах

Конец