

Seznam záběrů pro natáčení na telefon

Hodina času, obsah na dva týdny.

Pro koho: kdokoli, kdo má telefon a hodinu času. Z jednoho natáčecího bloku, tedy zhruba hodiny, poskládáte čtyři Reels, dva carousely nebo fotky a materiál do Stories na dva týdny. Přesně tolik chce výchozí plán: 2 Reels a 1 carousel nebo fotka týdně. Natáčejte dvakrát za měsíc. Každý záběr 5 až 8 sekund, telefon držte oběma rukama, nehýbejte s ním rychle. Každý natočte dvakrát.

NASTAVENÍ TELEFONU (2 MINUTY, JEDNOU PROVŽDY)

- Natáčejte na výšku. Vždycky.
- Rozlišení 1080p nebo 4K. Snímky za sekundu podle světla: venku a u okna 30, uvnitř pod LED nebo zářivkovým světlem 25, jinak obraz bliká. Na iPhone: Nastavení, Fotoaparát, Záznam videa. Na Androidu v nastavení aplikace Fotoaparát.
- Vypněte HDR video, když ho telefon nabízí. Barvy pak vypadají stejně na všech mobilech.
- Otřete objektiv rukávem. Pomůže to víc než jakýkoli filtr.
- Světlo z okna před sebou, ne za sebou. Když je za vámi, jste silueta.

DVANÁCT ZÁBĚRŮ, KTERÉ NATOČÍTE POKAŽDÉ

#	Záběr	Jak	K čemu
☐	1 Příchod	Jděte k provozovně, telefon v úrovni očí	Úvod videa, Stories
☐	2 Vstup dovnitř	Otevřete dveře, telefon jde s vámi	Přechod v Reels
☐	3 Celek prostoru	Pomalé otočení o 90 stupňů	Ukázat, kam člověk přijde
☐	4 Detail rukou při práci	Telefon 30 cm od rukou, bez pohybu	Nejsilnější záběr u řemesla i fitka
☐	5 Nástroj nebo produkt zblízka	Položte, natočte z boku	Grafika i video
☐	6 Vy do kamery, jedna věta	„Já jsem ... a děláme ...“, 10 s	Představení, Lidé
☐	7 Před	Stav před prací, statický záběr	Před a po
☐	8 Po	Stejně místo, stejná výška telefonu	Před a po
☐	9 Zákazník nebo člen	Jen se souhlasem, klidně jen ruce nebo záda	Důkaz
☐	10 Tým nebo vy s kolegou	Přirozeně při práci, bez pózování	Lidé
☐	11 Reakce nebo smích	To, co byste normálně smazali	Lidé ho rádi posílají dál
☐	12 Odchod nebo zavření	Zhasnutí, zamčení, konec směny	Závěr videa

CO Z TOHO SLOŽIT: MATERIÁL NA DVA TÝDNY

- ☐ **Reels „den u nás“: záběry 1, 3, 4, 6, 11, 12**
Hudba z knihovny Instagramu (jen pro profil, ne pro reklamu), titulek „Takhle vypadá úterý v ...“. Do 30 s.
- ☐ **Reels „před a po“: záběry 7, 4, 8**
Text: „Před. Práce. Po.“ Nic víc. Do 30 s.
- ☐ **Reels „kdo jsme“: záběry 6, 10, 4**
Vaše věta do kamery, pak tým při práci. Pilíř Lidé, do 30 s.
- ☐ **Reels „jeden tip“: záběry 4, 5, 3**
Nad detailem práce řekněte nahlas jednu radu, kterou si člověk odnese. Pilíř Tip, vysvětlující video 30 až 60 s, s titulky.
- ☐ **Carousel nebo fotka „produkt zblízka“: záběr 5**
Fotka nebo snímek z videa, text podle struktury „Otázka, odpověď“.
- ☐ **Carousel nebo fotka „ruce při práci“: záběr 4 nebo 10**
Fotka nebo snímek z videa, text podle struktury „Za oponou a proč“.
- ☐ **Stories, 3 až 5 dní v týdnu: cokoli ze záběrů 2, 5, 9, 10**
Bez střihu, s jednou větou textu.

CO NEDĚLAT A CO HLÍDAT, KDYŽ Z VIDEA BUDE REKLAMA

- Nezoomujte prstem. Přiblížte se nohama.
- Nemluvte do kamery déle než 20 s bez střihu.
- Nenatáčejte zákazníka bez toho, abyste se zeptali. Pro příspěvek na profilu stačí ústně, ale zeptejte se.
- Hudba z knihovny Instagramu je jen pro běžné příspěvky na profilu. Pro reklamu potřebujete licenci skladby pro komerční použití, třeba z placené hudební knihovny.
- Od lidí, kteří jsou ve videu vidět (zákazníci, členové, kolegové), potřebujete pro reklamu písemný souhlas. Ústní souhlas stačí jen pro příspěvek na profilu.

Tip od Trendii:

Záběr 11, tedy reakce nebo smích, lidé podle naší zkušenosti posílají známým nejčastěji. Přesně to, co byste normálně smazali, dělá z firmy lidi.

Tohle je to, co děláme za klienty každý měsíc.

Když na to nemáte čas, ozvěte se. Cenu si spočítáte bez formuláře na trendii.cz/kalkulacka, ceník máme veřejný a nejsme plátcí DPH.

trendii.cz/kalkulacka