

Reels, TikTok, Shorts: формула залучення і продажів

Не шукайте клієнтів для свого продукту.
Шукайте продукти для своєї аудиторії.

Дія

Бізнес

Наталя Дишлевич . SMS експертка
5 років досвіду ведення бізнес-аккаунтів.



Свої послуги надавала більш ніж в 15+ нішах :
медичні центри, лікарі, психологія,
дитячі розвивальні центри,
салон краси, естетичної медицини, відеограф, готель та база відпочинку, хендмейнду.

Працюю як наставник для сторінок малого бізнесу, початківців та клієнтів,
які бажають самостійно , але системно, працювати над своїми профілями.

Безоплатно допомагаю розвиватися сторінкам благодійних організацій стосовно просування в
соціальних мережах.

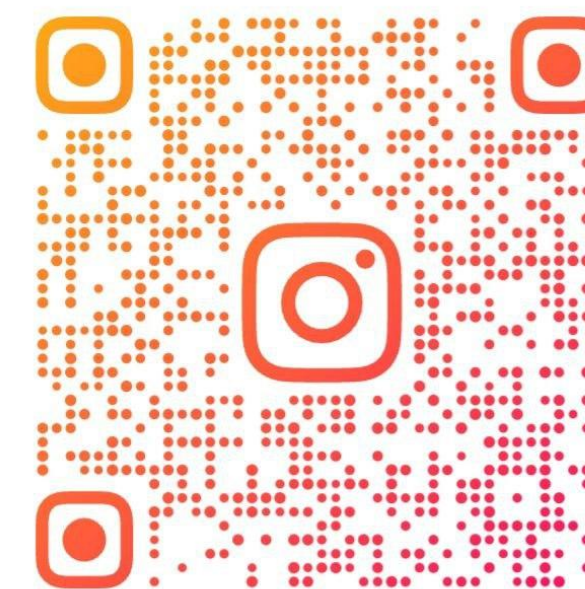
Працюю окремо як копірайтер.

Проводжу консультації щодо розвитку акаунту, а також підготовки до реклами

Вам допоможу побороти синдром самозванця.

Розвинути бізнес акаунт через системні дії, без вигорання та фінансових втрат

Твій блог почне приводити клієнтів і заробляти.



@NATALI_DYSHLEVICH



Бізнес

Структура сценарію

- ◆ **Захоплення уваги**
 - Охоплення широкої аудиторії
 - Цікавий, актуальний гачок
- ◆ **Утримання уваги**
 - Цікава «м'ясна» частина
 - Видалення зайвого
 - Динаміка
 - Подача
 - «Відповідь» наприкінці

Неочевидні тренди в діджитал сфері на 2025

Усі кричать про AI, voice search і TikTok SEO, але це усе лише поверхня.

● “Трешовий” контент рулить.

Алгоритми фокусуються на watch time і емоційній реакції. Контент у стилі "дичина, але не відірвешся" працює краще, ніж глянцеві відео з продакшеном за \$3к.

● Нативка нового рівня. Люди втомились від “нативної реклами”, яка виглядає як реклама. Зараз працює формат, коли ти навіть не зрозумів, що щось купив. Продукт вшитий в контекст і зміст, як мем у чаті.

● Локальний авторитет б’є глобального. Чим далі, тим більше користувачі вірять не топ-брендам, а умовному “Сергію з Луцька, який розбирається в теплицях”.
Мікроекспертиза → мікроаудиторія → максимальна довіра.

● Digital-ностальгія. Люди сумують за старим інтернетом. Форми, форуми, олдскульний дизайн, навіть звуки ICQ.
Якщо бренд вміє грати з ностальгією — йому легше зачепити покоління 90-00-х.

Структура сценарію

◆ Перенесення інтересу

▪ Гачок на лійку

Для лійки у вас заздалегідь має бути готовий канал, куди ви переводите людей і в якому вже розміщено безкоштовну користь — тобто відеоурок тривалістю 5–7 хвилин, або гайд, або стаття.

У каналі ви залишаєте людей і продовжуєте публікувати контент.

Тобто продажі всередині каналу мають відбуватись тільки після надання безкоштовної користі.

Режим «розмовної голови» (talking head) у Reels має свої переваги та недоліки.

Плюси:

Простота створення – не потрібно складних монтажів або сценаріїв, достатньо лише камери та вашої розповіді.

Особистий контакт – глядачі бачать ваше обличчя, що створює довіру й збільшує залученість.

Підходить для різних ніш – експертний контент, лайфхаки, мотивація, освіта.

Добре працює для особистого бренду – люди запам'ятовують вас як експерта або цікавого співрозмовника.

Дія Бізнес



Дія Бізнес

Мінуси:

Не завжди утримує увагу – якщо відео без динаміки, можуть швидко перегорнути.

Вимагає хорошої подачі – потрібно добре говорити, володіти мімікою та голосом.

Може здатися нудним – без додаткових візуальних ефектів чи монтажу контент може виглядати одноманітно.

Потрібно добре виглядати в кадрі – важливі світло, фон і якість відео.

Щоб підвищити ефективність такого формату, додавайте субтитри, змінюйте ракурси, вставляйте графіку або кадри з інших відео!

***Щоб знайти ідеї для відео у своїй ніші, які
зацікавляють широку аудиторію, мислити як
маркетолог — тобто, треба стратегічно.***

**Говори з
аудиторією
так, ніби ти
говориш з
одним другом,
а не з
натовпом.**

Дослідження болей і бажань аудиторії

Поспілкуйся з підписниками: опитування в Instagram, YouTube, TikTok.

Читайте коментарі: на своїх відео і у конкурентів.

Форуми та соцмережі: Reddit, Facebook-групи, Telegram-чати.

Ціль: зрозуміти, що турбує, цікавить або захоплює людей у темі.

Аналіз трендів

Google Trends – дізнайтеся, що шукають зараз.

TikTok Creative Center / YouTube Trending – відстежуй вірусні формати.

ChatGPT

Ціль: об'єднати свою тему з тим, що вже "злітає".

Масштабування вузької ніші

- Замість "як вибрати камеру для блогінгу" — зроби "ТОП-5 камер для блогерів у 2025"
- Розшир тематику: якщо ти в ніші здоров'я — говори не лише про харчування, а й про стрес, сон, мотивацію.

Ціль: зробити свою тему цікавою навіть тим, хто в ній не експерт.

Масштабування вузької ніші

- Замість "як вибрати камеру для блогінгу" — зроби "ТОП-5 камер для блогерів у 2025"
- Розшир тематику: якщо ти в ніші здоров'я — говори не лише про харчування, а й про стрес, сон, мотивацію.

Ціль: зробити свою тему цікавою навіть тим, хто в ній не експерт.

Форматування під емоцію

- Емоції "Вау", "Шок", "Це треба знати кожному" — працюють краще за "Просто інформативно".
- Починай відео з хука: "95% людей не знають цього про свої гроші"

Використовуй AI і шаблони

- GPT може згенерувати десятки ідей за 1 запитом.
- Платформи типу **Answer the Public**, **BuzzSumo**, **Ubersuggest** — для натхнення.

Роль гачка в ріллзі (Reels) — це захопити увагу глядача в перші 1–3 секунди і змусити його додивитися відео до кінця.

Це ключовий елемент воронки, оскільки без сильного гачка люди просто перегортають відео далі.

Ось як гачок працює в ріллзі:

◆ **Основні функції гачка:**

Зупинити скролінг — візуально або текстово викликати інтерес.

Зачепити біль або бажання — наприклад: «Як заробити з телефону без досвіду?»

Пробудити інтригу — «Ти точно цього не знаєш, але...»

Обіцянка вигоди — «Покажу, як за 2 хвилини зробити крутий інструмент для продажів»

Приклади гачків для ріллзів:

«3 помилки, через які ти не продаєш в Instagram»

«Цей інструмент за тебе робить 80% роботи»

«Не витрачай час на це — ось краща альтернатива»

«Ось що я зробив, щоб заробити перші 100\$ в онлайні»

Порада: перший кадр + текст на відео = **потужний гачок**. Інакше весь сценарій просто "розсиплеться".

Спецрепортаж — це потужний формат, який викликає довіру, зацікавленість і довгу взаємодію з контентом.

Як зробити сильний спецрепортаж:

1. Виберіть актуальну і глибоку тему

- Має приховану сторону (те, про що не говорять)
- Може викликати емоцію або "відкриття"
- Впливає на людей особисто (гроші, здоров'я, безпека)

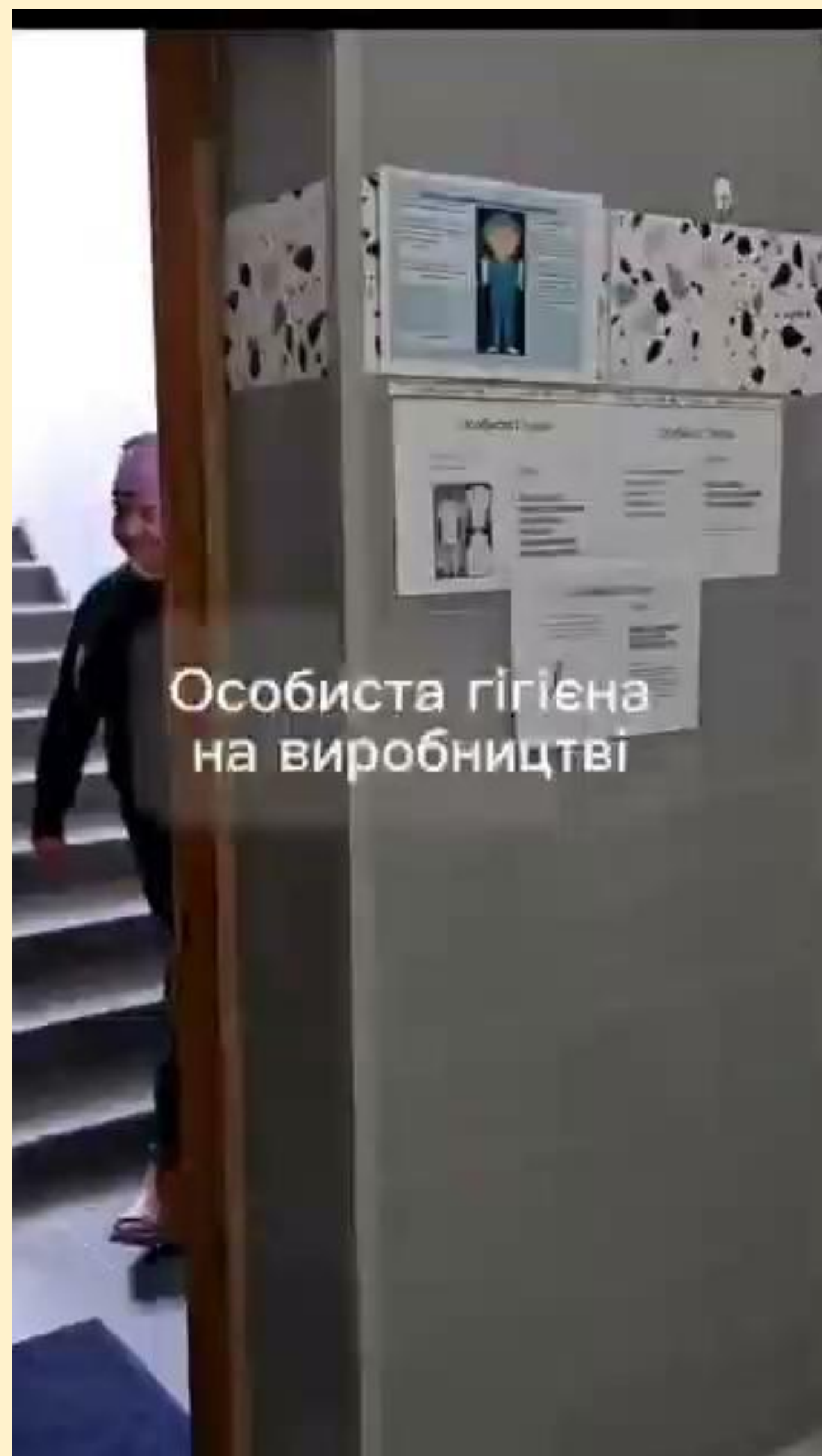
2. Використайте формат "розслідування" або "поглибленого занурення"

Інтерв'ю з експертами

Реальні історії людей

Статистика + візуалізація

Закулісся, як все працює зсередини



Як побудувати сторітелінг у відео

1. Герой

Хтось, з ким глядач може себе ототожнити. Це можеш бути ти або персонаж відео.

2. Проблема (Конфлікт)

Щось іде не так. Це момент, коли глядач починає “вболівати”.

3. Подорож або Пошук рішення

Показуємо, як герой намагається вирішити проблему. Інтерв'ю, експерименти, дані — усе входить у “подорож”.

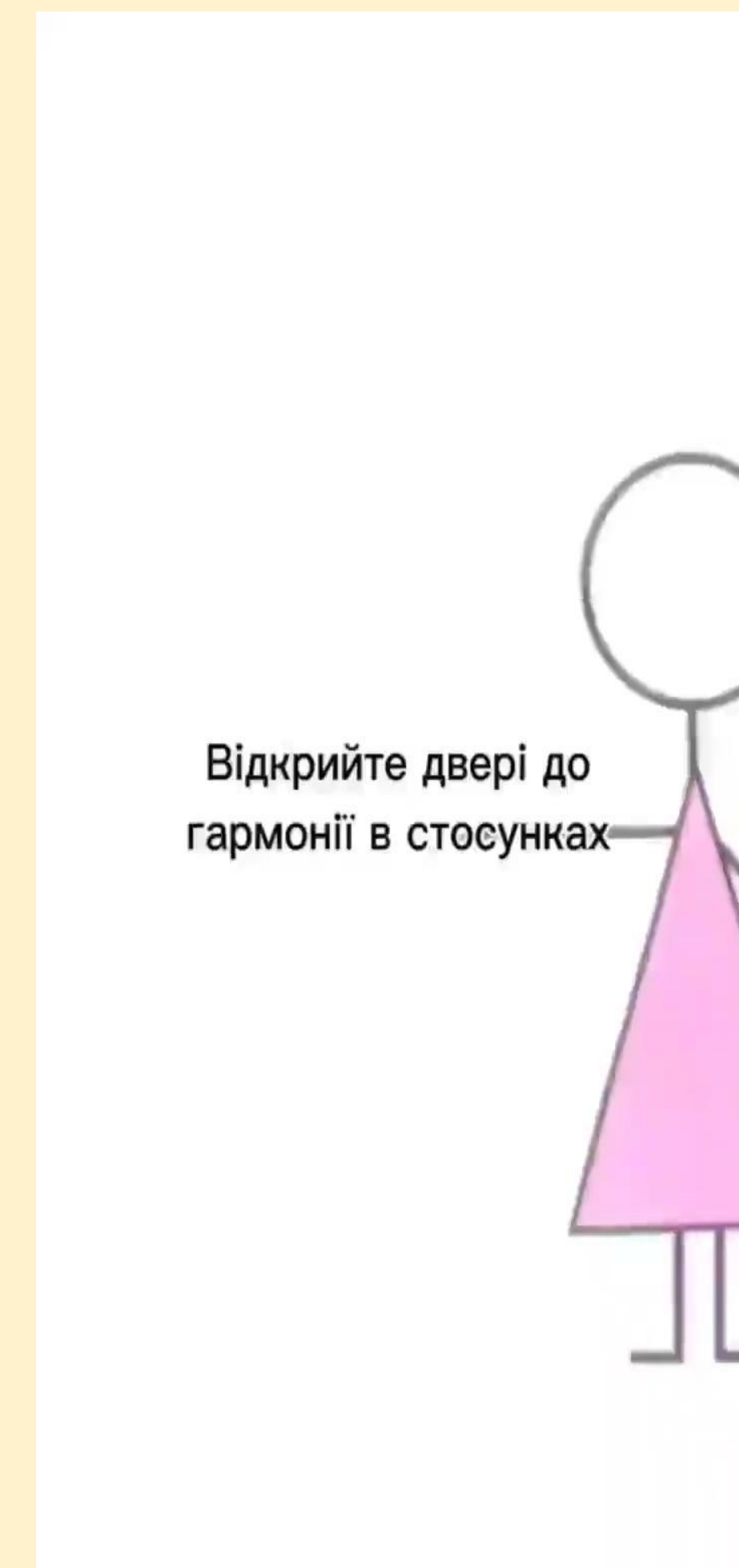
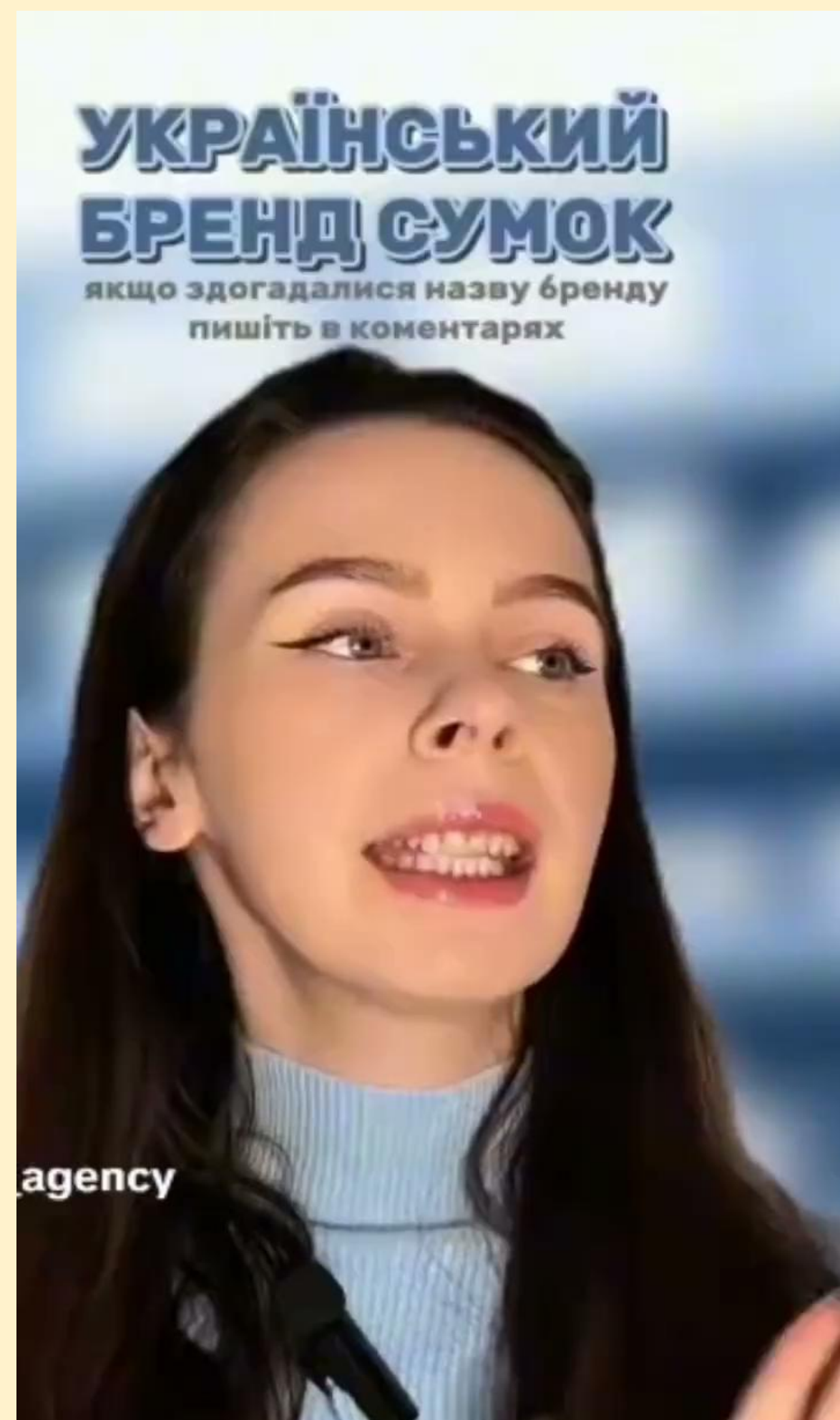
4. Кульмінація

Найемоційніший або найнеочікуваніший момент.

Відео не обов'язково повинно завершитись "хепі-ендом", але має мати розв'язку.

5. Висновок + заклик

Що ми зрозуміли? Що треба зробити? Чітке повідомлення для глядача.



Живі діалоги у відео — це магія присутності, вони роблять будь-який сюжет "реальним", навіть якщо сценарій написаний заздалегідь. Саме такі моменти найбільше затримують увагу.

Що робить діалог "живим":

Натуральність

- Люди говорять простими словами
- Вживання емоційних вставок: "Та ну, серйозно?", "Ого!", "А ти що, не знав?"
- Можна навіть трохи пауз, нерівностей — це додає реальності

Контраст думок

- Діалоги цікавіші, коли є **суперечка** або **різні точки зору**
- Наприклад: експерт каже одне, герой відео — інше, глядач сам робить висновок

Ситуація, а не просто слова

- Краще, коли репліки “живуть” в контексті: вулиця, офіс, лікарня, кав'ярня
- Середовище додає значення словам

Як зробити відео з гачком, м'ясом і відповіддю:

1. Підготовка сценарію

Використай структуру:

- **Гачок (0–3 сек):** питання, шок-фраза, цифра, біль
- **М'ясо (3–10 сек):** короткий корисний контент
- **Відповідь (10–15 сек):** розв'язка або заклик до дії

Приклад:

- Гачок: «Чому твої сторіс не продають?»
М'ясо: «95% людей не додають заклики або дають сухий контент»
Відповідь: «Ось фраза, яка піднімає конверсію: “Напиши + в директ — скину приклад”»

2. Зйомка відео

- Камера телефона (вертикально)
Світло на обличчя
Чіткий звук (можна використовувати гарнітуру або петличку)

3. Монтаж

Редактори:

CapCut (безкоштовно)

InShot

VN Editor

Додайте:

Текст на екрані (гачок обов'язково!)

Анімацію, щоб утримати увагу

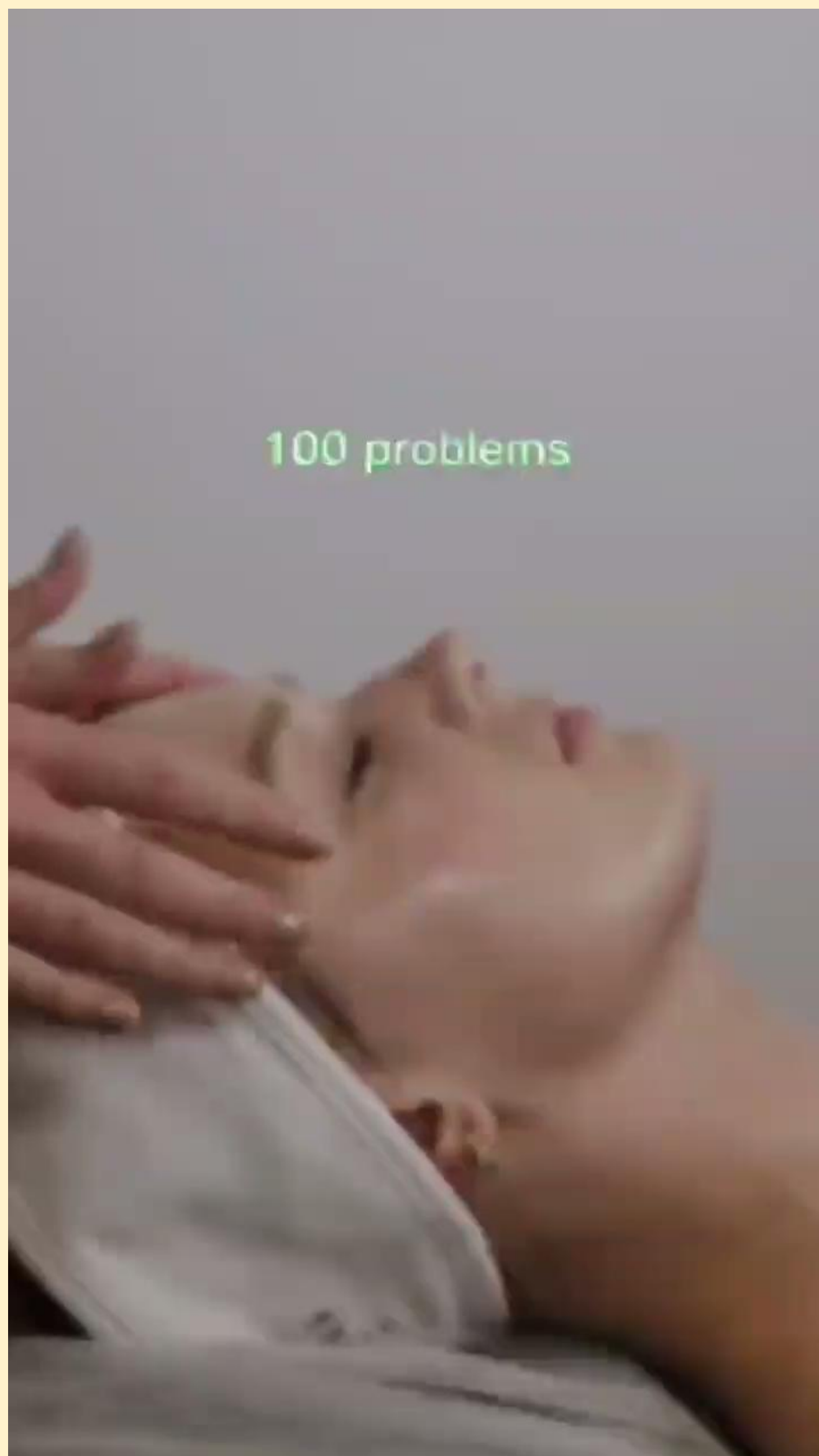
Музику або ефекти

4. Публікація

Використай актуальні хештеги

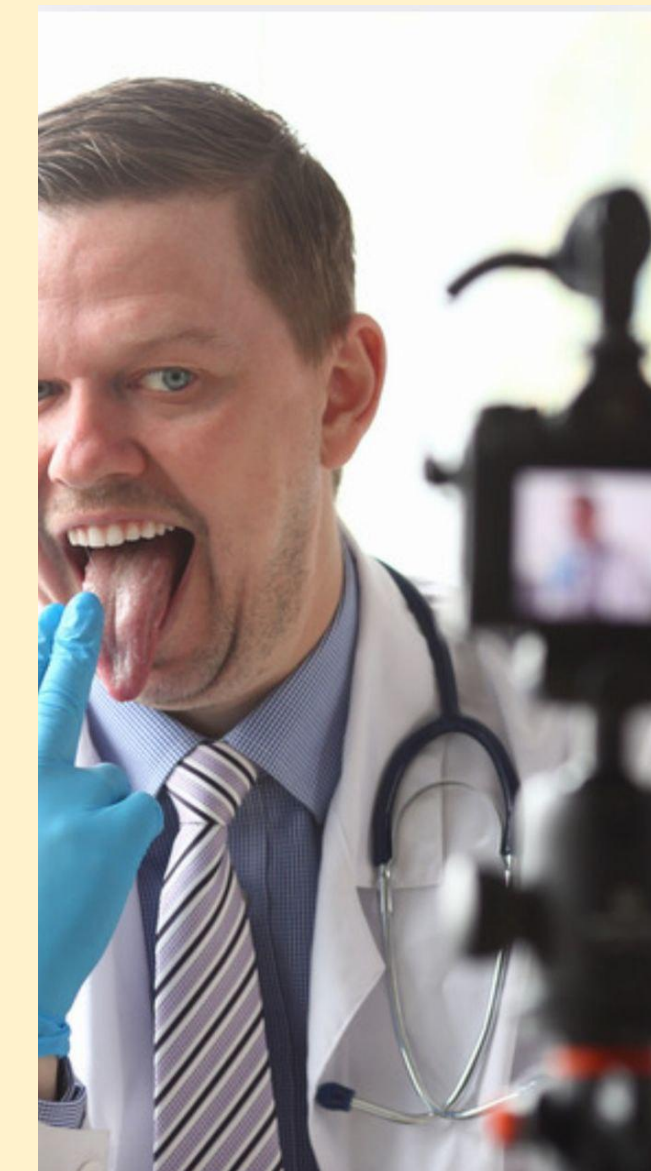
Напиши підпис з СТА

(наприклад: «Збережи, щоб не забути!»)



Три теми для швидкого росту

- 1. Нестандартний підхід до звичайної речі**
- 2. Розвіювання міфу про популярний продукт**
- 3. Негативне значення речей про позитивні речі**





Бізнес

Залиште відгук про захід

тут



або тут

[Посилання на
форму зворотнього зв'язку](#)