

MANUS-AKUTEN: FRÅN IDET ORKA TILL FÄRDIG VIDEO PÅ 15 MINUTER

5 färdiga mallar som snabbt tar dig från
hjärnsläpp till publicerad video

ANVÄNDNING

Det största hindret för att lyckas med video är sällan tekniken, ljussättningen eller utrustningen. Det är den där blinkande markören i ett tomt dokument. Den här guiden är skapad för att eliminera startsträckan.

Här får du 5 beprövade strukturer optimerade för LinkedInns algoritmer och tittarnas beteendemönster. Varje mall är designad för att fånga uppmärksamhet direkt och behålla den hela vägen till din "Call to Action".

1 INSIKTEN

Syfte: Att bygga auktoritet och visa att du förstår din målgrupps vardag bättre än de gör själva.

Den här mallen bygger på en personlig observation. Genom att dela med dig av en "aha-upplevelse" bjuder du in tittaren i ditt expertisområde utan att det känns föreläsande. Det här är den mest effektiva mallen för att bygga förtroende över tid.

Hook (0-5 sek): "Jag märkte nyligen en sak hos våra kunder som jag tror många faktiskt missar..."

Problemet (5-20 sek): Beskriv en vanlig missuppfattning eller ett problem. "Varför gör vi som vi gör idag?"

Kärnan (20-45 sek): Presentera din lösning eller din nya insikt i en enda, tydlig mening.

CTA (45-60 sek): Öppna upp för dialog snarare än att sälja. "Håller du med, eller ser du på det här på ett helt annat sätt? Låt oss höras i kommentarerna!"

2 MYTKROSSAREN

Syfte: Att utmana fördomar, väcka debatt och positionera dig som en modig expert.

I en värld av "best practices" sticker den ut som vågar säga att kejsaren är naken. Den här mallen fungerar bäst när du tar upp en vedertagen sanning i din bransch och förklarar varför den faktiskt håller dina kunder tillbaka. Det skapar omedelbar nyfikenhet.

Hook (0-5 sek): "Många tror att man måste [*infoga vanlig myt*], men sanningen är faktiskt den raka motsatsen..."

Problemet (5-20 sek): Förklara varför det "gamla" sättet att tänka inte fungerar längre. Vad kostar det i tid, pengar eller energi att hålla fast vid myten?

Kärnan (20-45 sek): Presentera lösningen. Vad är den egentliga nyckeln till framgång? Tips: Använd kontraster – "Sluta göra X, börja göra Y".

CTA (45-60 sek): Driv trafik eller skapa nästa steg. "Vill du veta exakt hur vi gör istället? Jag har lagt en steg-för-steg-guide i den första kommentaren."

3 KUNDRESAN

Syfte: Att bygga skyhögt förtroende genom sociala bevis och visa att din metod fungerar i verkligheten.

Människor köper inte produkter eller tjänster – de köper transformationen från ett problem till en lösning. Genom att berätta om en specifik kundresa låter du potentiella kunder känna igen sig i utmaningen och visualisera sin egen framgång med din hjälp.

Hook (0-5 sek): "Förra veckan hjälpte vi ett bolag som kämpade med [*specifikt problem*]. Det här är vad vi lärde oss..."

Problemet (5-20 sek): Beskriv frustrationen eller kostnaden av att inte ha en lösning. Hur påverkade det kundens vardag eller resultat?

Kärnan (20-45 sek): Berätta kortfattat om insatsen och det konkreta utfallet. "Vi implementerade [*din metod*] och efter bara tre veckor såg vi [*resultat*]."

CTA (45-60 sek): Sänk tröskeln för kontakt. "Sitter ni i samma sits och vill ha liknande resultat? Skicka ett DM så kikar vi på hur det skulle se ut för er."

4 SNABB-TIPSET

Syfte: Att ge omedelbart värde och öka din räckvidd genom att bli "sparvärd".

LinkedIn älskar inlägg som folk sparar ner för att titta på senare. Genom att lösa ett litet men irriterande problem på under 60 sekunder visar du att du är generös med din kunskap. Det här är din "low friction"-mall som passar perfekt när du vill hålla igång flödet.

Hook (0-5 sek): "Här är det snabbaste sättet jag känner till för att lösa [*vanligt problem*] en gång för alla..."

Problemet (5-20 sek): Gå rakt på sak. Dela upp lösningen i tre tydliga steg:

- Steg 1: Den första, enklaste åtgärden.
- Steg 2: Själva "hacket" eller metoden.
- Steg 3: Det som säkrar att resultatet håller.

CTA (45-60 sek): Uppmuntra till den mest värdefulla interaktionen för algoritmen. "Det här är lätt att glömma när man har bråttom, så spara det här inlägget till nästa gång du behöver lösa [*problemet*]."

5 BAKOM KULISSERNA

Syfte: Att humanisera varumärket och bygga en känslomässig koppling till tittaren.

Folk köper av folk. Även i B2B-världen vill vi se ansiktena och kulturen bakom logotypen. Den här mallen bryter ner muren och visar att ni är experter, men också vanliga människor som brottas med utmaningar.

Hook (0-5 sek): "Så här ser det ut bakom kulisserna när vi faktiskt löser [*uppgift*] på kontoret en helt vanlig tisdag."

Problemet (5-20 sek): Visa en glimt av vardagen. Det kan vara ett kreativt kaos, ett firande av en liten vinst eller hur ni löste ett oväntat problem. Tips: Autenticitet vinner över perfektion här. Slarviga skrivbord är okej!

CTA (45-60 sek): Bjud in till ett kravlöst samtal. "Nu är jag nyfiken – vad händer hos er idag? Jobbar ni på något spännande projekt eller är det kaffemaskinen som får mest kärlek?"