

## SCRIPT VIDEO

Nome del progetto: Creare video partendo al viaggio dell'acquirente

	<b>AUDIO</b>	<b>VIDEO</b>
	<i>[Inserisci gli elementi audio o quelli relative alla voce fuori campo]</i>	<i>[Descrivi gli elementi di carattere visivo]</i>
1	Scegliere il tipo di video più corretto per le tue esigenze è facile	Mezzobusto Marco Testo: Tipologie di video, il viaggio dell'acquirente
2	Basta seguire il percorso dell'acquirente. In che fase si trova? Ecco qualche esempio	Testo: viaggio dell'acquirente
3	Consapevolezza. In questa fase fornisci informazioni al cliente che ha bisogno del tuo aiuto.	Titolo grande: Consapevolezza
4	Video "snackable": brevi, leggeri, divertenti. Possono essere facilmente condivisi e visti in meno di 30s.	Testo: Snackable Video Grafica: player con video esempio
5	Considerazione. In questa fase fornisci una soluzione concreta al cliente.	Titolo grande: Considerazione
6	Video educativi: portano informazioni utili per l'utente, in grado di fargli vedere l'argomento da una nuova prospettiva e posizionarti come un esperto della materia.	Testo: Educativo Grafica: player con video esempio
7	Decisione. In questa fase convincerai il tuo cliente che il tuo prodotto è la soluzione migliore per risolvere i suoi problemi.	Titolo grande: Decisione
8	Video di prodotto: mostrano le caratteristiche del prodotto, evidenziando i motivi per cui andrebbe acquistato.	Testo: Video di prodotto Grafica: player con video esempio
9	Ricorda di chiudere i tuoi video con un invito all'azione, proprio come faremo in questo video, così i tuoi clienti sapranno cosa fare.	Camera su Marco Testo: CTA, invito all'azione Video di esempio
10	Esistono anche altri tipi di video che puoi utilizzare per la tua strategia. Vuoi qualche idea? Scarica la nostra lista qui sotto!	Indica verso il basso

Durata: 2:00 - 2:30

The logo for 'movada' is displayed in a bold, lowercase, sans-serif font. The text is black and is framed by two thick, horizontal red lines, one above and one below the letters.