בריף ליוצרת תוכן – תסריט 2
סרטון חינוכי-ריגשי עם Hook חזק
מטרת הסרטון:
ליצור סרטון שעוצר את הגלילה בתוך 3 השניות הראשונות.
המטרה היא לא למכור את Brealox.
המטרה היא לגרום לצופה להבין שיש קשר בין הדרך שבה הוא נושם לבין איך שהוא מרגיש במשך היום.
רק לאחר שנוצר החיבור הרגשי, מציגים את Brealox ככלי שעוזר ליישם את התרגול.

כלל הזהב:
80% מהסרטון
רגש.
חינוך.
הזדהות.
סיפור.
ערך.

20% בלבד
Brealox.
הצגת הערכה.
קריאה לפעולה.

מבנה הסרטון:

שלב 1 – Hook עוצמתי
3 השניות הראשונות הן הכי חשובות.
המשפט הראשון חייב לגרום לצופה לעצור.
לא להתחיל ב"היי חברים".
לא להתחיל ב"אני רוצה להמליץ".
לא להתחיל ב"הכרתי מוצר".
הצופה צריך לחשוב:
"רגע... היא מדברת עליי."

דוגמאות ל-Hook:
"אם אחד מאלה מוכר לך, זה בשבילך...."
"לפני שאספר לכם איך ברילוקס שינה לי את החיים...."
"לפני שאספר לכם למה אני לוקחת איתי את ברילוקס לכל מקום...."
"לפני שאספר לכם איך זה (ואז מראה את המוצר) עזר לי להתגבר על לחץ וחרדה, תנו לי לשאול אתכם מספר שאלות…
מכירים את זה ש…. מכירים את זה ש…."

ואז מופיעים מהר:
אתם מתעוררים עייפים.
קשה לכם להירדם.
אתם כל הזמן בלחץ.

אתם מרגישים שאין לכם אוויר.
אתם נושמים הרבה דרך הפה.
אתם לא מצליחים להירגע גם כשיש שקט.

שלב 2 – הזדהות

היוצרת משתפת חוויה אמיתית.
לדוגמה:
"גם אני הייתי בטוחה שאני פשוט אדם לחוץ. רק אחר כך הבנתי שמעולם לא באמת למדתי לנשום נכון."
או
"חשבתי שהבעיה היא העומס בעבודה. היום אני מבינה שהגוף שלי פשוט היה כל הזמן במצב דריכות."

המטרה היא לגרום לצופה לחשוב:
"זה בדיוק אני."

שלב 3 – למה זה קורה
לא להעמיס בהסברים.
משפט אחד או שניים.

לדוגמה:

"כשאנחנו בלחץ, הנשימה שלנו נהיית מהירה ושטחית. הגוף מפרש את זה כאילו הסכנה עדיין כאן, ולכן קשה לו להירגע."
או:
"לנשימה יש השפעה ישירה על מערכת העצבים שלנו. כשאנחנו משנים את דפוס הנשימה, אנחנו יכולים לעזור לגוף לעבור בהדרגה ממצב של דריכות למצב רגוע יותר."

שלב 4 – הצגת הפתרון
לא:
"אז קניתי Brealox."

אלא:
"בגלל זה התחלתי להקדיש כמה דקות ביום לתרגול נשימה, ובדרך חיפשתי גם כלי שיעזור לי להתמיד."

רק עכשיו מציגים את הערכה.

שלב 5 – Brealox

הערכה מוצגת ככלי עזר.

לא כפתרון קסם.

לדוגמה:

"היום אני משתמשת בערכת Brealox כחלק מהשגרה שלי. היא עוזרת לי להפוך את תרגול הנשימה למשהו שקל לי להתמיד בו."

שלב 6 – יצירת סקרנות

במקום לסיים ב"קנו עכשיו".

לסיים ב:

"הופתעתי לגלות כמה מחקרים עוסקים בקשר בין נשימה לבין ויסות מערכת העצבים."
או
"באתר תוכלו לראות גם את המחקרים וגם להבין בדיוק איך השיטה עובדת."
או
"אם גם אתם מרגישים שהגוף שלכם כל הזמן עובד על 100%, אולי שווה להבין קודם מה הנשימה שלכם מספרת עליו."

B-Roll מומלץ
עבודה מול מחשב.
פקק.
ילדים בבית.
טלפון שלא מפסיק לצלצל.
ידיים על הראש.
נשימות עמוקות.
תרגול עם מוט האיזון.
שימוש בערכה.
צילום שקט בטבע.
יוגה.
הליכה.

קהלי יעד שהסרטון צריך לדבר אליהם:
הצופה צריך להרגיש שהסרטון נוגע בו, גם אם הוא לא מחפש מוצר.
אפשר להתייחס ל:
הורים שחווים עומס יומיומי.
בעלי עסקים שחיים תחת לחץ מתמשך.
שכירים שעובדים בסביבה אינטנסיבית.
אנשים שמתעניינים בטיפול רגשי או בכלים להפחתת מתח.
אנשים שחווים לחץ, חרדה או תחושת עומס מתמשכת.
אנשים שמרגישים שהם כל הזמן "על אוטומט".
מה לא לעשות

❌ לא להבטיח שהמוצר "מרפא" חרדה, דיכאון או פוסט־טראומה.

❌ לא להציג את Brealox כתחליף לטיפול רפואי או נפשי.

❌ לא להעמיס במונחים רפואיים.

❌ לא להפוך את הסרטון להרצאה.

❌ לא לחשוף את כל המידע – להשאיר לצופה סיבה להיכנס לאתר.