

# سكربت الفيديو القصير المربح (The Short-Form Video Script)

الشعار الحاكم للوثيقة: "الإعجابات لا تدفع رواتب الموظفين.. نحن لا نصنع فيديو ليضحك العميل ويمرر الشاشة، بل ليقف، يقتنع، ويشترى."



## 1. صدمة التوقف (The Scroll-Stopper Hook) - [الثواني 0 إلى 3]

الهدف: العميل يمرر إصبعه بسرعة مجنونة، مهمتك هنا هي اختطاف عينه وعقله فوراً.

• **ماذا سيظهر على الشاشة (Visual):** حركة سريعة، زوم مفاجئ، أو نص مكتوب بخط عريض جداً ومتباين في منتصف الشاشة (B-roll أو شخص يتحدث للكاميرا مباشرة).

• **ماذا ستقول (Audio):** سؤال مستفز، وعد بكسر قاعدة معروفة، أو تحديد دقيق للألم. (مثال: "توقف عن صرف ميزانيتك على إعلانات فيسبوك قبل أن تصلح هذا الخطأ...").



## 2. صلب الموضوع أو الاستفزاز (The Meat / Agitation) - [الثواني 3 إلى 15]

الهدف: لقد أعطاك انتباهه، الآن يجب أن تؤكد له أنك تفهم مشكلته وتقدم حلاً منطقياً.

• **ماذا سيظهر على الشاشة (Visual):** تغيير زاوية التصوير (Jump Cut) لقتل الملل البصري، إظهار المنتج أثناء الاستخدام الفعلي، أو ظهور نقاط سريعة على الشاشة (Text Pop-ups).

• **ماذا ستقول (Audio):** شرح سريع لسبب المشكلة وكيف يعالجها عرض القيمة الخاص بك (UVP). استخدم جملًا قصيرة وسريعة الإيقاع.



## 3. الدليل الدامغ (The Proof / Demo) - [الثواني 15 إلى 45]

الهدف: العميل الآن مهتم، ولكنه متشكك. اقتل هذا الشك بالأدلة.

• **ماذا سيظهر على الشاشة (Visual):** لقطات سريعة لنتائج حقيقية (قبل وبعد)، مراجعة عميل حقيقي (UGC)، أو إثبات عملي لقوة المنتج.

• **ماذا ستقول (Audio):** "لا تأخذ كلامنا كأمر مسلم به، انظر ماذا حدث مع [اسم عميل/شركة] عندما استخدموا الطريقة..." (أو دع الفيديو يتحدث عن نفسه مع موسيقى تصاعدية).



## 4. التوجيه الصارم (The Direct CTA) - [الثواني 45 إلى 60]

الهدف: حصد ثمرة الفيديو، لا تتركه يخمن ماذا يفعل بعد انتهاء المقطع.

• **ماذا سيظهر على الشاشة (Visual):** سهم متحرك يشير إلى زر الرابط (Link in Bio / Shop Now)، مع ظهور شعار علامتك التجارية بوضوح.

• **ماذا ستقول (Audio):** أمر مباشر وواضح جداً، مع إضافة عنصر استعجال. (مثال: "اضغط على الرابط أسفل الفيديو الآن وحمل الكتالوج المجاني قبل انتهاء العرض").