FULL FILL

COMO CRIAR VÍDEOS DE FORMAÇÃO PARA A SUA EMPRESA!

Quando precisa de aprender a fazer alguma coisa ou explorar uma nova temática, prefere assistir a um pequeno vídeo ou ler um artigo?

A maioria das pessoas responde a esta questão escolhendo a opção do vídeo, daí este formato ser tão eficaz para as empresas partilharem conteúdos.

Segundo um estudo realizado pela Kaltura, 76% dos inquiridos afirmaram que o formato de vídeo é uma forma muito eficaz de consumir informação.

Quando o objectivo é responder a alguma questão do utilizador ou partilhar um conteúdo educativo, o formato vídeo é bastante mais eficaz do que um artigo extenso e explicativo e capta muito mais a atenção de quem quer aprender.

Vídeos curtos porquê?

Com dias cada vez mais exigentes, com o tempo cada vez mais escasso e um mercado cada vez mais competitivo, as pessoas querem aprender de forma rápida e eficaz.

Se há alguns anos era necessário despendermos horas para fazer um curso ou aprender algo, hoje podemos aprender através de vídeos curtos e rápidos, preparados para ensinarem ou resolverem coisas/questões muito específicas.

O micro learning é o presente e o futuro para complementar a formação, para particulares e empresas. É o modelo que oferece uma forma rápida e prática de adquirir novos conhecimentos. São conteúdos criados em formatos mais densos e curtos que permitem a aprendizagem de algo novo todos os dias, sem que seja necessário gastar demasiado tempo e energia e que é tantas vezes causa de procriastinação.

Os seus 4 grandes benefícios são:

1

Vídeos curtos encaixam-se melhor em vidas agitadas sem serem invasivos, nem ocuparem demasiado tempo;

2

São uma forma única de transmitir conteúdo dinâmico e fácil de reter;

3

É mais fácil produzir vídeos curtos e específicos que vídeos mais longos e densos;

4

É mais fácil criar uma biblioteca de conteúdos e ir completando-a ao longo do tempo com temáticas relacionadas.

Os espectadores estão mais predispostos a ver 5 vídeos de 3 minutos que um de 15!

O processo de criação de vídeos

O processo de criação de vídeos divide-se em 4 grandes fases. Neste e-book vamos apresentar o passo a passo de cada uma delas, com dicas e truques para que nada fique esquecido.

Planeamento

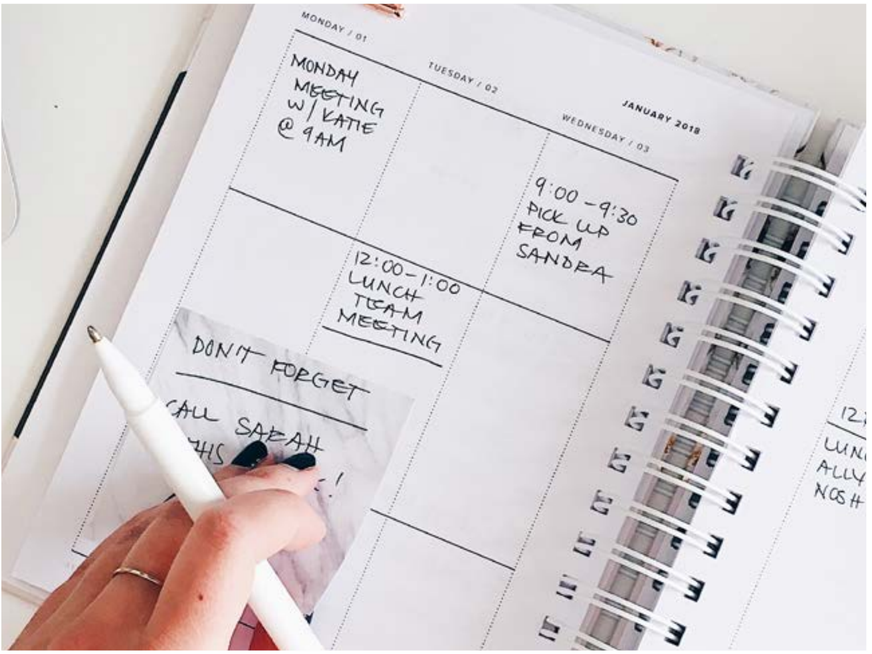
Gravação

Edição

Divulgação

Fase de planeamento

O planeamento é essencial antes de se dar início à gravação do vídeo. É nesta fase que criamos o conteúdo, desenhamos a história que queremos contar e preparamos todos os pormenores que vão facilitar, e muito, a fase que se segue. É uma fase essencial para simplificar o processo de criação de vídeos e aumentar a qualidade final!



IDENTIFIQUE O SEU PÚBLICO-ALVO — Definir o público-alvo a que se destina o vídeo é o primeiro passo para o sucesso. Sem ele não saberá quem são as pessoas com quem quer comunicar, nem quais são as necessidades de aprendizagem que vai querer colmatar com esse conteúdo.
Além de ser essencial na criação do guião do vídeo, definir a audiência para que quer comunicar vai indicar-lhe como produzir o vídeo e onde o divulgar (mas disso falaremos mais à frente).

DEFINA O OBJECTIVO DO SEU VÍDEO
Com a audiência bem definda, é altura de definir o objectivo do vídeo.
Para isso responda às seguintes perguntas:

1 Qual é o principal objectivo deste vídeo? O que quero atingir?

2 Quero aumentar as vendas de um determinado produto ou serviço?

3 Será que quero apenas entreter ou inspirar o meu público?

4 Ou quero educá-lo e apresentar a minha empressa como especialista no mercado?

Responder a estas questões vai ajudar a definir o tema a abordar no vídeo e garantir que cria um conteúdo alinhado com os objectivos da sua empresa. E são todos válidos, desde que alinhados com a estratégia de marketing da empresa!

Dica extra!

Escolha apenas um tema para cada vídeo! Se tem vários temas para abordar ou se sente que o vídeo que está a planear está a ficar com demasiada informação, divida-o em vários. Só assim conseguirá produzir vídeos directos e com mensagens claras e fáceis de compreender pelos espectadores.

ESCOLHA O TEMA QUE QUER ABORDAR — O tema que escolher para o vídeo deve estar alinhado com as necessidades da audiência que identificou e com o objectivo que definiu. Não há uma receita para criar vídeos virais, mas ao oferecer bom conteúdo sobre aquelas que são as dúvidas e necessidades da sua audiência está a aumentar a probabilidade de o seu vídeo ser visto e partilhado, aumentando a visibilidade e a credibilidade da sua empresa.
Por exemplo, se escolheu criar um vídeo para educar o público e posicionar a sua empresa como especialista no seu mercado de actuação, seleccione um tema que seja procurado pelo público, algo que ele quer aprender, algo que ofereça a resposta que a sua audiência procura.

CRIE UM GUIÃO — Escrever um guião vai ajudar muito no momento de gravação, principalmente se a pessoa que o apresentar não tiver experiência. Se está a começar, a recomendação é que escreva o guião completo, porque o processo de gravação cria sempre algum nervosismo que pode dificultar, ainda mais, a improvisação, pode fazer com que a gravação não flua naturalmente e que o resultado não seja bem-sucedido. Os guiões devem ser escritos a pensar na audiência. Deve ter em conta o estilo de linguagem e o tom que melhor se lhe adequam. Lembre-se ainda que menos é mais e mais vale um vídeo curto, sucinto e directo do que um vídeo demasiado longo, com frases feitas ou clichés que não acrescentam valor à mensagem e podem afastar o seu público-alvo a audiência que quer aprender de forma rápida.

— QUANTAS PESSOAS VÃO FALAR?

O vídeo terá apenas a pessoa apresentadora ou irá haver interacção com outras pessoas? Inclua essa informação no guião, planeada tanto quanto possível.

— VAI HAVER NARRAÇÃO?

O vídeo será inteiramente apresentado pela pessoa apresentadora ou irá existir uma voz off que fará o papel de narrador? Inclua essa informação no guião.

Dica extra!

Depois de escrever o guião, a pessoa apresentadora deve treiná-lo em voz alta e dar atenção às palavras de difícil dicção, substituindo-as por sinónimos sempre que for necessário.
Quando o guião estiver afinado, a pessoa apresentadora deve lê-lo em voz alta para outras pessoas que nunca o tenham lido antes e pedir feedback tanto do conteúdo, como da sua dicção.

DEFINA O CENÁRIO — Agora que já sabe o conteúdo que vai transmitir, chegou a hora de pensar no ambiente mais adequado para fazer a sua gravação. Quer fazer o vídeo num ambiente mais institucional, como um escritório ou gabinete, ou a sua mensagem será mais eficaz se estiver num ambiente ao ar livre, junto da Natureza? Seja qual for a opção escolhida para o conteúdo a partilhar, lembre-se que o cenário deve ser simples e organizado, para não criar distracções no público.

PLANEIE OS PLANOS A CAPTAR — Com o guião e o cenário definidos, chegou a altura de pensar nos planos a captar para trazer mais dinamismo ao vídeo. Deixamos-lhe algumas sugestões:

— QUAL SERÁ O MELHOR PLANO PARA GRAVAR?
Pensando no cenário que escolheu, defina o melhor espaço para gravar.

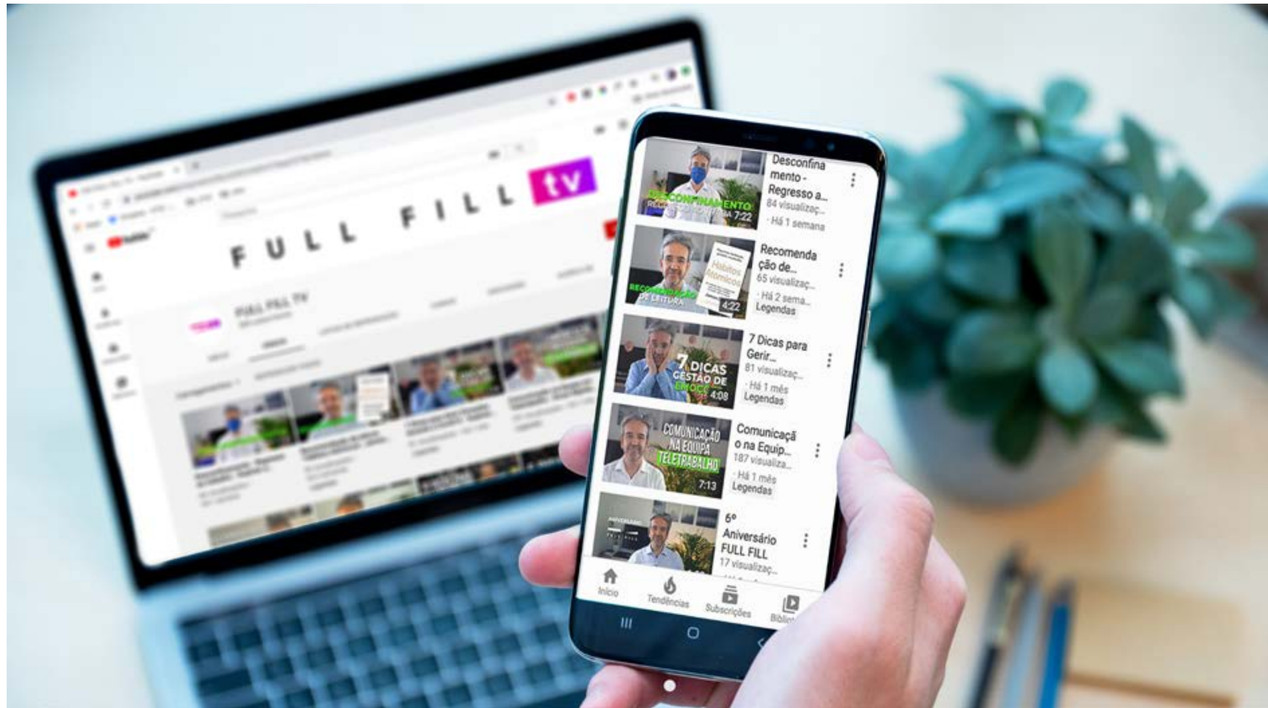
— COM QUANTAS CÂMARAS VAI GRAVAR?
Gravar com mais do que uma câmara traz a possibilidade de apanhar planos diferentes do apresentador e confere dinamismo ao vídeo.

— VAI CAPTAR IMAGENS DE UM ECRÃ?
Esta é uma opção muito interessante para simplificar a transmissão da mensagem em vídeos tutoriais ou com apresentações, por isso, defina já se vai utilizar esta técnica e que conteúdos quer transmitir.

Dica extra!

Com emoção os factos são memorizados mais facilmente! Sempre que apostar na transmissão imagens de um ecrã nos seus vídeos, opte por manter a imagem do apresentador em simultâneo. Isto permite uma ligação emocional e ajuda a manter a atenção dos espectadores ao longo de todo o vídeo.

ESCOLHA O FORMATO A PRODUZIR — Este passo está directamente ligado à última fase do processo de criação de vídeos, a fase da divulgação. É muito importante saber, desde o início do processo, o formato em que pretende produzir, de acordo com os canais onde fará a divulgação do seu conteúdo.
Por isso, vai querer um vídeo em FULL HD (16:9) que dá para o YouTube, para websites e feeds de, praticamente, todas as redes sociais? Ou prefere um vídeo com formato quadrado, criado especialmente para o feed do Instagram? Ou será que o seu objectivo é criar uma story dinâmica e, por isso, vai apostar no formato vertical (9:16)?
Seja qual for a sua aposta, defina-a antes de avançar para a gravação, para evitar erros que podem deitar a perder todo o trabalho.



8

Fase da gravação

A fase que se segue diz respeito ao processo de gravação do vídeo. Nesta fase vai pôr em prática tudo o que planeou anteriormente.

ESCOLHA O EQUIPAMENTO DE QUE VAI PRECISAR — Embora os telemóveis estejam equipados com câmaras cada vez melhores, para produzir um vídeo profissional e garantir qualidade recomendamos que invista em algum equipamento. Vai precisar de câmaras, tripés, equipamento de iluminação, de som e acessórios de apoio à gravação do vídeo a produzir.
Olhe para o seu planeamento e faça uma lista do que precisa para gravar com qualidade o conteúdo que criou. Depois de saber exactamente o que precisa faça uma pesquisa e compare preços no mercado ou recorra a lojas de aluguer de equipamentos.

— COMO TER UMA BOA ILUMINAÇÃO? Um sistema completo de iluminação pode ser bastante complexo e dispendioso. Se está a começar a produzir vídeos para a sua empresa e quer criar um vídeo ao ar livre, recomendamos que experimente utilizar a luz natural, principalmente se o céu estiver nublado ou em horas perto do nascer do sol e do pôr do sol.
Se pretende gravar indoor e não tem equipamento especializado de iluminação, tire partido também da luz natural escolhendo um cenário bastante iluminado, com muitas janelas. Pode complementar esta luz com candeeiros de tecto, candeeiros de mesa ou outros acessórios que ajudem a trazer mais brilho à sua imagem.
Recomendamos, ainda, que teste os efeitos da iluminação antes de começar a gravar para ter a certeza de que escolhe o plano que melhor favorece o apresentador e o conteúdo que vai transmitir.

— COMO CONSEGUIR TER UM BOM SOM? O som é essencial na produção de vídeo e é dos factores que maior cuidado exige. Até pode ter um vídeo que esteja excelente em termos de qualidade de imagem, mas se o som não estiver bom, a probabilidade de agarrar os espectadores com o vídeo é muito reduzida. Para uma boa captação de som recomendamos que invista num microfone, em vez de utilizar o microfone do telemóvel ou da câmara que vai utilizar para gravar a imagem. Aqui pode optar por um microfone de lapela (prende-se à roupa do apresentador, é ideal para captar a voz claramente), um microfone direccional (capta o som que vem da direcção para a qual está a apontar) ou um microfone omnidireccional (capta o som de todo o espaço à volta).
Recomendamos-lhe ainda que, antes de começar a gravação, teste o som ouvindo directamente através do microfone, com uns auscultadores, para perceber se a mensagem é passada com clareza e se não há interferências, como eco, por exemplo.

PREPARE O CENÁRIO PARA A GRAVAÇÃO — Está quase a começar a gravar o vídeo, mas antes precisa de preparar o cenário de fundo que vai receber o apresentador. É preciso ter cuidado para o fundo não ter demasiada informação, nem nada que distraia os utilizadores da mensagem a passar. Se vai gravar num espaço fechado, e dependendo do conteúdo que preparou, pode fazer sentido deixar alguns objectos, como livros ou plantas, para adicionar interesse visual ao cenário. Pode optar por fundos reais, criados em ambiente real, como um escritório, uma sala de estar ou um ambiente ao ar livre, ou por fundos falsos, como o Chroma Key (o conhecido pano verde), por exemplo, que requerem outros equipamentos e técnicas mais avançadas na edição do vídeo.
A nossa recomendação é que simplifique ao máximo e tire partido dos cenários reais que tem. Trabalhe o espaço escolhido com as cores da sua empresa ou com a mensagem que vai transmitir e, acima de tudo, antes de começar a gravar, faça um teste de imagem ao espaço juntamente com a iluminação, para compreender como fica visualmente mais atractivo para o espectador.

PREPARE O APRESENTADOR — A pessoa que vai apresentar o seu vídeo vai estar a dar a cara pelo conteúdo e pela empresa, por isso, a sua imagem requer algum cuidado especial. Comece pela roupa, que deve ser adequada ao contexto do conteúdo e coerente com o posicionamento da empresa (mais formal, mais informal, desportiva, etc.). Tenha cuidado com a roupa com mensagens ou texturas que possam distrair os espectadores da mensagem. Quanto a maquilhagem, seja homem ou mulher, o apresentador deve colocar sempre um pó antibrilho para evitar excesso de reflexos e iluminação no rosto. Outro aspecto muito importante a ter em conta é a expressão corporal e facial. Gravar vídeos requer um cuidado redobrado com a linguagem corporal, que é essencial para transmitir a mensagem de forma dinâmica. Lembre-se que o wapresentador deve mexer-se e usar mãos e braços em complemento ao seu discurso.

Dica extra!

Tenha cuidado com o efeito *moiré*! Ao escolher peças de roupa com texturas pode estar a criar uma interferência visual. Se optar por uma peça de roupa com textura (nomeadamente com riscas), a solução mais segura é testar se provoca algum efeito na gravação. Se o fizer, recomendamos-lhe que escolha outra opção!

GRAVE O VÍDEO — Chegou o grande momento de gravar o seu conteúdo com tudo o que já preparou até agora, mas antes temos algumas recomendações para si.

PRATIQUE ANTES DE GRAVAR — Começar por praticar a gravação é essencial, principalmente se o apresentador for inexperiente. Dê atenção à dicção, treine para dizer as palavras de forma fluída e com clareza e adapte o tom de voz ao cariz do conteúdo a passar.

UTILIZE AS EMOÇÕES — As emoções são a chave para captar a atenção dos espectadores. Crie empatia e aproxime-os da acção que pretende que realizem, seja subscrever o seu canal, partilhar o vídeo, ou mesmo efectuar uma compra. Por esta razão, é muito importante que o apresentador passe emoção através de gestos, do tom e do timbre de voz. E isto também deve ser praticado, de forma a exponenciar o resultado da gravação.

RESPEITE A REGRA DOS 3 TERÇOS — Esta regra, muito relacionada com a fotografia, também se aplica à produção de conteúdo de vídeo. Ela divide a moldura da imagem captada pela câmara numa grelha de três por três, criando intersecções que são as áreas ideais para posicionar o apresentador. Deve colocar-se num dos cruzamentos do seu visor, e os olhos devem alinhar-se com a linha superior da moldura.

Dica extra!

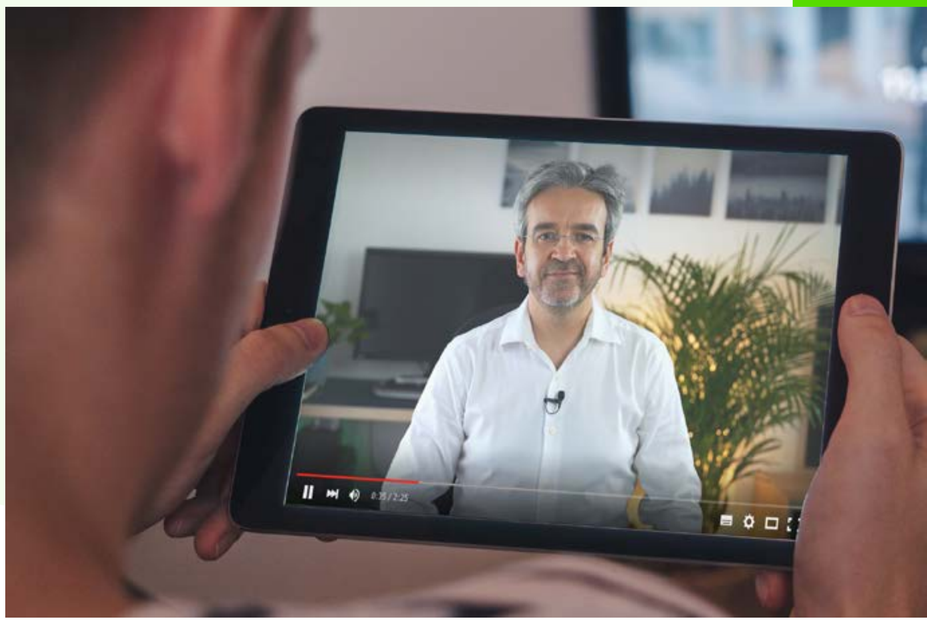
Cuidado com a cabeça! Não deixe muito espaço acima da cabeça da pessoa apresentadora, mas assegure-se que também não lhe corta o topo da cabeça.
Se tiver de fazer algum close-up (aproximação do plano durante a edição), e se não houver outra alternativa, entre cortar o topo da cabeça ou o queixo do apresentador, opte sempre pela 1ª opção.

GRAVAR EM PEQUENAS PARTES — Isso vai simplificar muito a gravação e a edição. Assim, sempre que houver um erro, será mais fácil voltar atrás e repetir, sem a necessidade de repetir tudo.

REPETIR OS TAKES AS VEZES QUE FOREM NECESSÁRIAS — É natural que durante a gravação nem todos os takes fiquem bem, por isso, esta é a altura ideal para repetir a gravação as vezes que forem necessárias para garantir a qualidade do conteúdo produzido.

ACOMPANHAR A GRAVAÇÃO A 100% — O apresentador precisa sempre de ter um (ou mais) supervisor que é responsável por analisar a câmara durante a gravação, o som e a iluminação, garantindo que tudo funciona na perfeição. Além disso, convém também ter presente uma pessoa atenta ao guião para apoiar o apresentador na transmissão da mensagem de forma clara, quer no que diz respeito à postura, expressões corporais ou faciais, quer na dicção do conteúdo.

PRODUZA IMAGENS AUXILIARES — O chamado B-Roll diz respeito a imagens ou pequenos vídeos auxiliares que servem para trazer dinamismo e podem reforçar ideias ao longo do vídeo. Por isso, a nossa recomendação é que aproveite o cenário de gravação e o equipamento que está montado para gravar algumas cenas extras que complementem a mensagem a passar.



Dica extra!

No dia anterior às gravações certifique-se de que as baterias dos equipamentos estão carregadas e os cartões de memória disponíveis para guardar a informação (não se esqueça de formatar os cartões antes de os utilizar!).

Fase de edição

Nesta fase vai trabalhar os conteúdos que gravou e adicionar todos os efeitos e tratamentos necessários para tornar o seu vídeo dinâmico e de qualidade.
Mas, antes de enunciar o passo a passo para esta fase temos uma...

Dica extra!

Assim que termina a gravação, passe todos ficheiros para o computador, sem apagar os conteúdos do cartão, porque pode ocorrer algum erro e arrisca-se a perder parte ou todo o trabalho. Deve guardar os ficheiros de forma organizada, separando-os por câmaras e microfones, para ser mais fácil encontrar o que procura no momento de edição.

ESCOLHER O SOFTWARE DE EDIÇÃO — A escolha do software de edição é bastante importante porque vai ditar os limites de edição que tem para o seu vídeo. A variedade de opções é muito vasta: há softwares mais profissionais como o Adobe Premiere Pro (o mais conhecido) ou DaVinci Resolve (tem uma versão gratuita muito completa e uma versão paga, de compra única e que traz muitas funcionalidades avançadas), e outras aplicações mais acessíveis como o Vegas Movie Studio, Corel Video Studio, Adobe Premiere Elements, CyberLink PowerDirector ou Filmora from Wondershare.
Se gravou o seu vídeo a partir de um smartphone, existem aplicações como o InShot, o GoPro e o PowerDirector que permitem a edição directamente a partir do equipamento.

MONTAR O VÍDEO — Com o software de edição escolhido e instalado, chegou a hora de começar a montagem. Faça-o no software ordenando os diferentes takes, para ser mais fácil compará-los e escolher os melhores. De seguida, escolhidos os melhores takes, é altura de cortar todas as pausas demasiado longas e que prejudiquem o dinamismo do vídeo.

Dica extra!

E não se esqueça: os vídeos devem ser tão curtos quanto possível e ter apenas conteúdo que acrescente valor. Se sentir que deve cortar parte do conteúdo, corte (garantindo que a mensagem não perde sentido).

FAÇA AJUSTES DE COR — A maioria dos softwares de edição de vídeo permite o ajuste da cor dos conteúdos gravados. Isto é óptimo para dar retoques de iluminação, de contraste ou saturação e para tornar o vídeo visualmente mais atractivo.

APLIQUE AS IMAGENS OU VÍDEOS AUXILIARES (B-ROLL) — Lembra-se das imagens auxiliares que sugerimos que gravasse? É aqui que elas poderão ser usadas. Pode utilizar imagens ou vídeos curtos, originais ou de acervos online, para sobrepor em partes do vídeo e criar dinamismo ou contexto.

ADICIONE EFEITOS ESPECIAIS VISUAIS — Este passo é muito importante para criar harmonia no vídeo. É aqui que pode aplicar transições entre takes, de forma a evitar que o vídeo tenha cortes de imagens muito marcados.
Se estiver a criar uma série de vídeos sobre o mesmo tópico, crie um genérico que identifique o grande tema e o relacione com a sua empresa.

CRIE GRAFISMOS E ANIMAÇÕES — Pode complementar o vídeo com animações e grafismos que adicionem dinamismo e ajudem a transmitir a mensagem.
Animações como desenhos de estilo whiteboard, por exemlo, são muito modernas e visualmente envolventes.
Pode ainda criar um grafismo de apresentação para todas as pessoas que participem activamente no seu vídeo.
Use animações e grafismos para criar um conteúdo único!

PRODUZA LEGENDAS — O vídeo vai ser legendado? Então está na altura de fazer as legendas! De acordo com vários estudos, 85% dos vídeos são vistos sem som. Segundo uma pesquisa divulgada pelo Facebook, ter legendas no seu vídeo aumenta em 12% o tempo médio de visualização naquela rede. Além disto, ter legendas mostra que a sua empresa se preocupa com a inclusão prevendo espectadores com deficiência auditiva. Por estas razões, a nossa recomendação é que TODOS os vídeos sejam legendados!

ADICIONE MÚSICA — Adicionar música ao vídeo traz-lhe dinamismo e ajuda a transmitir a mensagem. Mas lembre-se que é preciso ter cuidado com direitos de autor e ter em atenção se a música permite a utilização pública. Sem este cuidado o vídeo pode ser bloqueado nas redes sociais ou ver o áudio cortado.
Em termos de música, vá para opções emocionalmente alinhadas com a mensagem a transmitir, de forma a reforçar a emoção que quer provocar nos espectadores.

APLIQUE ALGUNS EFEITOS SONOROS — Além da música, pode acrescentar alguns efeitos sonoros ao vídeo para destacar partes específicas do conteúdo ou criar mais dinamismo.

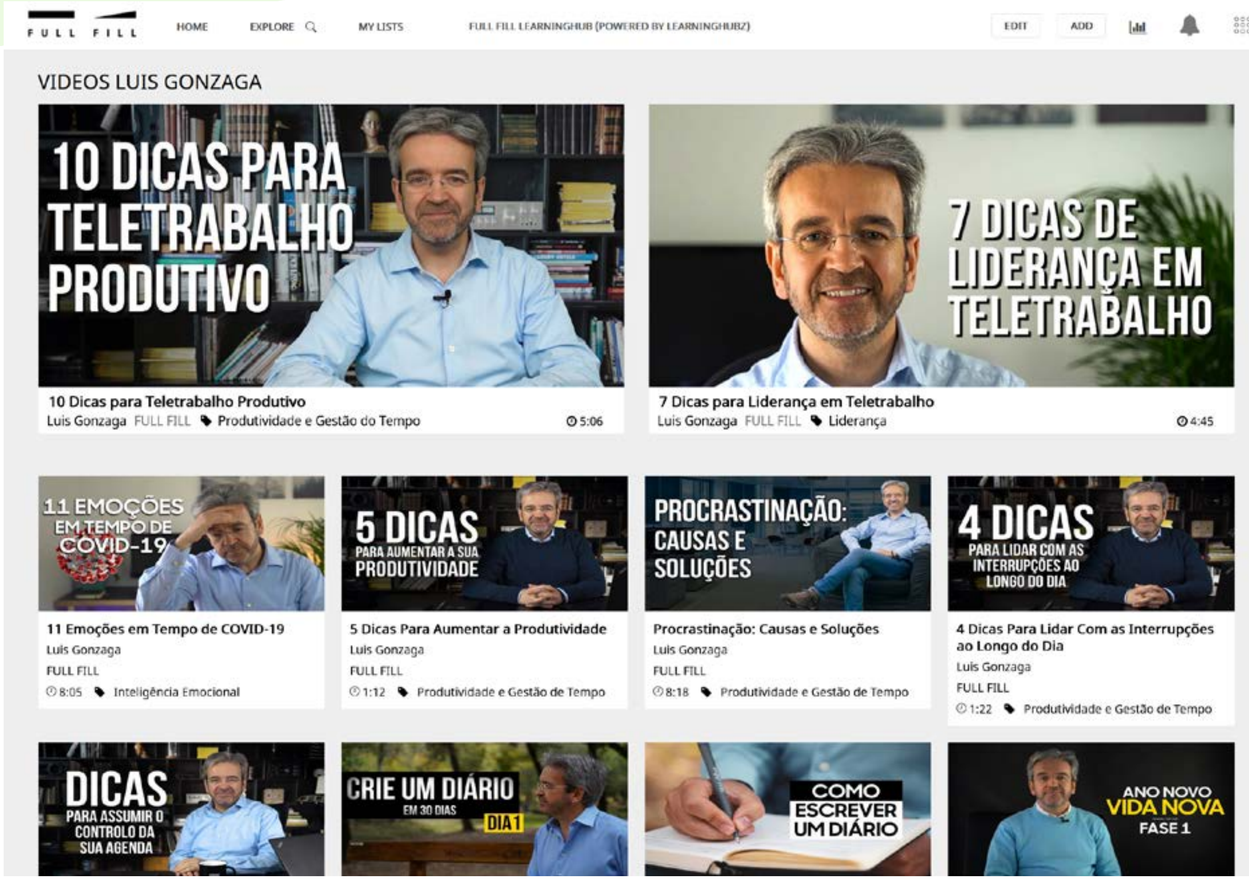
PRODUZA UMA IMAGEM DE CAPA (THUMBNAIL) — Crie uma imagem de capa personalizada e apelativa para o vídeo. Este será o primeiro contacto dos espectadores com o seu conteúdo e poderá ser decisivo para decidirem se visualizam não o vídeo.
Recomendamos que recorra a um editor de fotografia, escolha uma imagem apelativa e lhe adicione o título do vídeo. Lembre-se que deve criar algo que se destaque, pois assim conseguirá mais visualizações entre os resultados de pesquisas nas redes sociais e no YouTube.

Fase da divulgação

Com o vídeo produzido, chegou a hora de o partilhar e divulgar junto do público. Dependendo do objectivo do seu vídeo, o público pode ser interno (para divulgar dentro da própria empresa), ou externo (para os utilizadores que acompanham o website e as redes sociais da sua empresa, por exemplo).

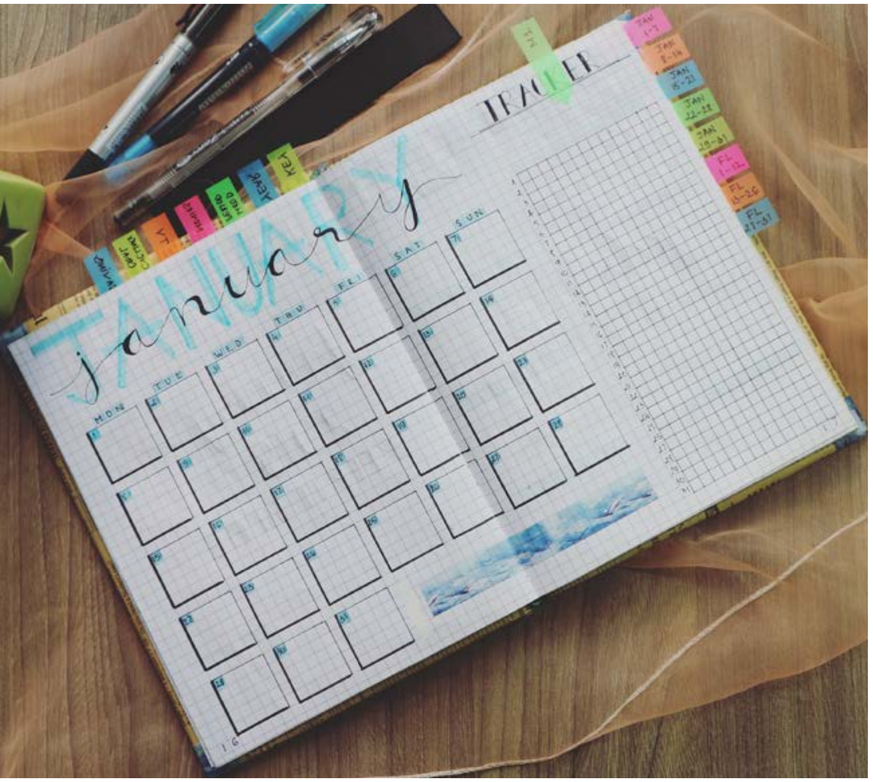
COMUNIQUE COM O PÚBLICO INTERNO — Se o seu conteúdo é para divulgação interna, opte por utilizar uma plataforma que agregue todos os conteúdos, de forma acessível aos seus colaboradores. Pode ainda enviar um email com a indicação do lançamento de um novo conteúdo, em forma de convite.

COMUNIQUE COM O PÚBLICO EXTERNO — Por outro lado, se o objectivo é promover a sua empresa e passar conteúdo aos seus seguidores, deve disponibilizar o vídeo nas redes sociais oficiais da empresa, em canais de vídeo e no website ou em blogues. Pode também preparar um email de marketing para partilhar a novidade com a sua base de dados.



Dica extra!

Considerando que as redes sociais têm objectivos diferentes e, consequentemente, públicos distintos, pôr o conteúdo em todas as redes pode fazer com que comunique conteúdo que não é interessante para alguns meios, fazendo com que a empresa perca expressão em algumas redes sociais. Por isso, divulgue o conteúdo nos canais onde sabe que está o público-alvo desse conteúdo.



ELABORE UM CALENDÁRIO DE PUBLICAÇÃO — Seja qual for o tipo de audiência com que quer comunicar, recomendamos-lhe que faça um calendário de publicações para garantir consistência. Pode definir um dia da semana para fazer novos lançamentos, criando fidelização entre o público.

DEFINA UMA HORA PARA FAZER A PUBLICAÇÃO — O horário de publicação deve ser pensado de acordo com a disponibilidade do público. Se a publicação se destina às redes sociais, analise a hora a que o seu público normalmente está mais activo e publique durante esse período.

PEÇA AOS UTILIZADORES PARA PARTILHAREM O SEU VÍDEO — Incentivar os espectadores a partilharem o seu conteúdo é uma óptima forma de fazer crescer o seu público e de aumentar a visibilidade dos seus conteúdos e da sua empresa. Se não o fizer no vídeo, aproveite para o escrever no texto de divulgação (email, post, etc.).

DEFINA O CONTEÚDO DESCRITIVO SOBRE O SEU VÍDEO — Quer divulgue o vídeo internamente ou nas redes sociais, deve sempre acompanhá-lo de um texto sintético que descreva o conteúdo e desperte curiosidade no espectador. Pense no conteúdo recorrendo a palavras-chave relacionadas com o tema, para que novos utilizadores facilmente o encontrem.

Agora que já conhece todo o processo de produção de vídeo, sabe que é preciso dedicar muitas horas de trabalho e combinar múltiplas valências e capacidades técnicas para levar a cabo uma estratégia de produção de vídeos, sejam para distribuição interna (formação de colaboradores), ou para promoção da empresa (nas redes sociais, por exemplo).

Montar uma estrutura para começar a produzir vídeos pode ser um processo demorado e que exige bastante investimento, por isso, pode ser mais vantajoso contratar alguém que o apoie nessa produção.

Se quer começar a investir na sua comunicação digital de conteúdos de vídeo, mas o processo algo parece complicado, nós podemos ajudar!

Na FULL FILL temos um canal de YouTube com muito conteúdo de vídeo, criado apenas com recursos internos. Temos experiência e conhecimentos sobre todas as etapas de produção de um bom vídeo e estamos disponíveis para o ajudar.

FULL FILL

Está interessado em falar com um especialista de produção de vídeos de formação?

Contacte-nos

www.fullfill.pt | info@fullfill.pt | 961 624 027

Obrigado!