

БОНУС К ПРОБНИКУ · ГНЁЗДЫШКО

ВТОРОЙ КАДР

Что мы увидели в вашем саду

Один сценарий — это первый кадр. Вот ещё три, которые мы уже видим в вашем брифе, и почему наша система сильна именно в детской теме.

REELS · SHORTS · VK КЛИПЫ

ТРИ КАДРА, КОТОРЫЕ МЫ УЖЕ ВИДИМ

1. «А покормят ли?»

Ролик про вашу кухню — отдельный родительский страх. Своя кухня, повар, тёплая еда, ребёнок, который ест с аппетитом. Снимается без лиц при необходимости (руки, тарелки, пар). Закрывает конкретную тревогу «а будет ли он сыт и не голодный весь день».

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

2. «Первое слово, первая буква»

Ролик про микро-прогресс — то, чего в детской теме обычно не умеют показывать (результат-то отложенный). Маленькая победа ребёнка: впервые сам застегнул, впервые вышел на утреннике, впервые написал букву. Это то, чем мама гордится и пересылает в семейный чат, — а значит, ролик работает на сарафан.

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

3. «Знакомьтесь — это Ольга»

Ролик-знакомство с вами и педагогами. Родитель доверяет ребёнка не «саду», а конкретному человеку — и хочет увидеть его лицо, услышать, как он говорит о детях. Парасоциальная связь с педагогом — решающий фактор выбора. Этот ролик снимает страх «а кто будет с моим ребёнком».

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

ПОЧЕМУ НАША СИСТЕМА СИЛЬНА В ВАШЕЙ НИШЕ

За каждым нашим роликом — школа, а не нейросеть: 342 принципа из 21 книги по киномонтажу, драматургии и психологии влияния, 89+ современных исследований, 10 драматургических каркасов и 14 типов ролика. Под вашу нишу — детский бизнес — у нас отдельный подход: камера с уровня ребёнка, родитель как зритель, особая этика (согласия родителей, защита лиц детей, никакой эксплуатации тревоги), форматы, которые работают даже без узнаваемых лиц детей. Мы знаем, где проходит граница между «тёплым доверием» и «продающим тоном, который в детской теме выглядит цинично», — и не переходим её.

Спрос в вашей нише подтверждён: «реклама детского сада» — около 1 470 запросов в месяц, и почти все сады показывают одно и то же: нарядные дети на утреннике. Ваш незанятый угол — спокойствие мамы через прозрачность одного дня. Туда и целимся.

ВАШ СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Все три кадра выше входят в **ЗНАК** (10 000 ₽, 10 сценариев) — плюс ещё семь под ваш сад: атмосфера утра, занятие с логопедом, день глазами малыша, история одной мамы. Это уже не один ролик, а связная серия «один день в Гнёздышке», которую особенно важно запустить к сезону набора — в марте-апреле, когда родители выбирают, куда вести ребёнка.

Когда вернётесь — бот узнает вас и перенесёт ответы: повторный бриф займёт около 8 вопросов вместо 30.

«Первый кадр у вас в руках. Второй — на этих страницах. Третий смысл рождается, когда они встанут рядом.»

Записаться на ЗНАК — в боте или на reelsiq.ru

ReelsIQ · Метод Третьего Смысла