

ЖДЁМ, ПОКА ВСЕ СОБЕРУТСЯ 

ЗНАКОМИМСЯ

ВСПОМИНАЕМ ЛЮБИМЫЕ ТРЕЙЛЕРЫ
(пригодится)

Я ПРИНЁС ТРЕЙЛЕР, КОТОРЫЙ ПОРВАЛ ЧОУТУБЕ



КТО ТЫ ТАКОЙ И ПОЧЕМУ МЫ ДОЛЖНЫ ТЕБЕ ВЕРИТЬ?

Вы можете меня знать:

- StopGame
- YouTube 16на9
- RULER Productions



RULER



Мы делаем красивые
трейлеры которые
конвертятся в вишлисты

ЧТО СЕГОДНЯ БУДЕТ?

После лекции у вас останется

- Сколько трейлеров делать, как и когда
- Схема производства
- Чек-лист хорошего трейлера
- Типичные ошибки

ВИДЕО

ТРАФИК

СТРАНИЦ

А

WISHLIST

Каналы

- YouTube, соцсети
(органика+алгоритмы)
- Steam page
(конверсия)
- Пресса
(сырьё для пересказа)
- Ивенты, шоукейсы
(если повезёт)
- TikTok, Shorts, Reels
(переиспользование)

**ЦЕЛЬ ТРЕЙЛЕРА:
ПОКАЗАТЬ, ЧЕМ
ВАША ИГРА
УНИКАЛЬНА**



ПОЗИЦИЯ ТРЕЙЛERA

01

Announcement

Жанр // Сеттинг
Уникальные механики
Эндгейм продаёт фантазию
Оставить место для интриги



02

Demo / Playtest

Аппетитный геймплей
Ответы на фидбек после
анонсирующего трейлера



03

Launch

Максимально плотный пересказ
для людей, слышащих о вашей
самой лучшей на свете игре
впервые.



ФОРМА ТРЕЙЛERA

01

Gameplay

Сочетание геймплея и чего
удобно
Ролик как законченная работа



02

Commentary

Для игр со сложным геймплеем
Простое, честное, хорошо
конвертит



03

CGI / Cinematic

Продаёт сеттинг и фантазию
Много денег и времени
Не нужен



ФОРМА ТРЕЙЛERA

04

DevLog

Это контент-маркетинг,
а не трейлер

**Каторга, которая нужна
для комьюнити**



05

Конференции

Иная драматургия

Не затеряться в общем потоке



06

Self-review

Большой видеообзор
от самих себя

**Если игру сложно
объяснить в двух словах**



ПОВЕДЕНИЕ ЗРИТЕЛЯ

01 YouTube, соцсети

Люди сканируют ваш трейлер, **удержание** решается за **1-3 секунды**

02 Steam

Часто без звука, **короткие сессии**, клиповое пролистывание

03 Контент-мейкеры

Им важно, чтобы видео было разбираемо на тезисы и давало **“виральную картинку”**

**Плохой технически трейлер
— снижает production value проекта**

Игра без яркого визуала может
выглядеть generic, это нужно
компенсировать повествованием

Слишком долгое введение

ЧТО МОЖНО ИСПОРТИТЬ

Переизбыток креатива

Отсутствие хука ломает
алгоритмы

Непонятная геймплейная петля
— непонятно, зачем играть

Слишком много сюжета

СДЕЛАТЬ
ВНЯТНЫЙ ТРЕЙЛЕР
100 ЧАСОВ

ПРЕЖДЕ ЧЕМ СНИМАТЬ

У вас много конкурентов,
и их нужно изучить

- Собираем 5-10 трейлеров в жанре
- Ищем закономерности
(длина, ритм, тип шотов,
длительность)
- Семантика комментариев
(Что ругают? Что хвалят)



ПРЕЖДЕ ЧЕМ СНИМАТЬ

У вас в игре много всего,
нужно провести инвентаризацию

- Раскладываем всё в Miro
- Придумываем геймплейные ситуации
(под каждую механику / аспект)
- Выбираем самые яркие образы
(И строим всё вокруг них)



ИГРА ПРОДАЁТСЯ ОБРАЗАМИ

Не продолжайте разработку без
хуков. Всё равно игру не купят :)

- **Key visuals**, мемные, цепляющие ситуации и кадры
- **Тесты** в TikTok, Shorts, Reddit, Twitter
- Если тестов нет, то опираемся на **насмотренность**
(раз уж такие смелые!)



ТРЕЙЛЕР — ЭТО МАТЕМАТИКА

Существует «единственно
правильный трейлер»

- Нарратива столько же, сколько в игре
- Весь контент охвачен
- Сохранена структура удержания
- Key Visuals на своих местах
- Найден способ поднять value проекта



КАК ПОДНЯТЬ СТОИМОСТЬ ИГРЫ

- Добавить 2D-анимацию
- Сделать объемный звук
- С помощью свободной камеры имитировать катсцены
- Снимать с геймпада
- Моушен-дизайн или простейшее CG на одной модельке



МОНТАЖНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

- Разрешение 2K
- Понятно, куда смотреть (1 кадр – 1 смысл)
- Смена ракурсов и акценты
- Ритм: динамичное начало, друп на передышку, интрига
- Текстовые заголовки на экране
- СТА



ПОДГОТОВЬТЕ ФОТО-МОД

- Управление с геймпада (отклонение стика)
- Настраиваемое FOV и глубина резкости
- Отключение интерфейса
- Читы (спавн объектов, IDDQD, IDKFA)
- Возможность переключаться по сэйвам, выбор уровня
- (Опц.) Принудительное проигрывание анимаций
- (Опц.) Регулировка погоды / освещения



ПРЕПРОДАКШН: РАСКАДРОВКА И ШОТЛИСТ

Препродакшн на самом деле окупается, **вам очень оно надо!**

ОЧЕНЬ ОЧЕНЬ ОЧЕНЬ ОЧЕНЬ!

Распишите структуру арками

- Hook
- Экспозиция мира
- Петля
- Эскалация/вариативность
- Пик + СТА

Составьте раскадровку

- Кадр / Смысл
- Как снимаем
(импров/постановка/
фейк в движении)
- Склейка / Звук



КИНЕМАТОГРАФИЯ В ГЕЙМПЛЕЕ

Посмотрите пяток роликов
по операторской работе на YouTube

- Ищем в шотах «параллакс»
- Следим за контрастом
- Всегда снимаем два ключевых объекта
- Плавно двигаемся (с запасом)



МОНТАЖ: РИТМ И РАЗНООБРАЗИЕ

Главное правило

— один кадр, один новый смысл / элемент

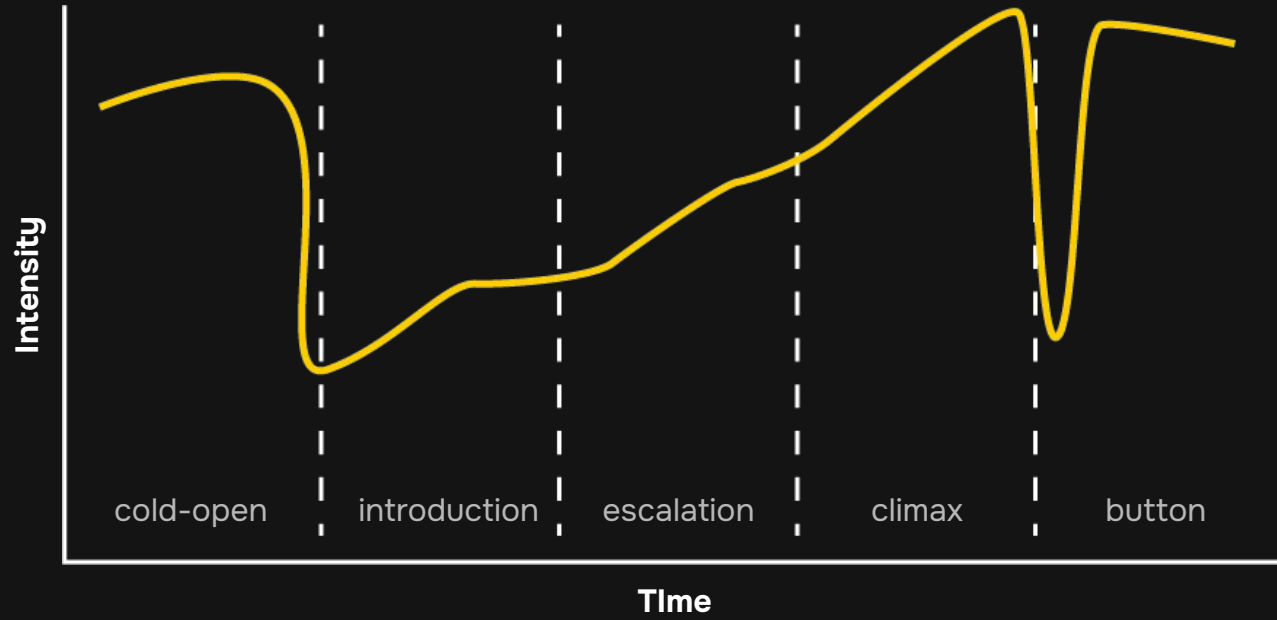
Минимум 4 сегмента

- Яркое введение
- Дыхание, понижение темпа
- Встряска, дроп
- Эскалация до “максималок”

- Разнообразие шотов для ощущения масштаба (цвет, локация, темп)
- Перемешивай локации, не показывай уровни линейно



SOURCE: GDC VAULT



ТЕКСТЫ, ЗВУК И ПРОТИВОРЕЧИЕ

Да, смотрят без звука.

И да, звук решает!

- Смысл должен читаться без звука
(титры, визуальная ясность)
- Звук повышает “дороговизну”
и втягивает тех, у кого звук включен
- Саунд-дизайн = усилитель качества
(расширяет сцену, усиливает атмосферу)



СПОСОБЫ НАКОСЯЧИТЬ

- Объяснение голосом — **почти всегда проигрыш**
(кроме explain/девкоммент формата)
- Слишком много смыслов
в одном кадре
- Долгая раскачка и однотипные кадры
без ясной фантазии
- Трейлер “вне жанра”
(неправильный тон, темп)



ФИНАЛ: СТА И УПАКОВКА

Конец — это призыв к действию!

- Wishlist, QR, Steam-url,
дата, платформы

Для YouTube

- Обложка
- Первые 2 строки описания
- Теги



**ТРЕЙЛЕР ДОЛЖЕН
ПРОДАТЬ ФАНТАЗИЮ
“Я КАК БУДТО УЖЕ
ИГРАЮ”**

ОДИН ПРОДАКШН — МНОГО МАРКЕТИНГА

Я не понимаю что тут должно быть
написано.

- Скриншоты Steam
(композиция, ситуация, ясность)
- GIFs для страницы
- Нарезки для TikTok/Shorts
- Версии под разные языки
- Кнопки платформ



С ЛЮБОВЬЮ, КУНГУРОВ

