



JAK PRZYGOTOWAĆ PRODUKT DO NAGRAŃ SPRZEDAŻOWYCH

Ten materiał pomoże Ci przygotować produkt do nagrań sprzedażowych tak, aby wideo wyglądało estetycznie, było czytelne i wspierało sprzedaż.

To praktyczny przewodnik dla marek, które nagrywają materiały do TikToka, TikTok Shop, rolek, reklam i contentu sprzedażowego.

Dokument możesz wykorzystać przed content day, sesją produktową, nagraniami UGC lub przygotowaniem materiałów do sklepu i kampanii reklamowych.



PO CO PRZYGOTOWYWAĆ PRODUKT DO NAGRAŃ?

Sprzedażowe wideo nie polega wyłącznie na nagraniu produktu. Liczysz również to, czy produkt wygląda atrakcyjnie, czy widać jego funkcję, czy łatwo zrozumieć korzyść i czy nagranie zachęca do zakupu.

- dobrze przygotowany produkt wygląda bardziej premium i wiarygodnie,
- łatwiej pokazać jego detale, funkcje i efekt,
- nagrania są spójniejsze i szybsze w montażu,
- unikasz chaosu na planie i braków w ujęciach,
- materiały mogą być wykorzystane w wielu miejscach: TikTok, Instagram, reklamy, sklep, landing page.

Dobre przygotowanie produktu oznacza nie tylko estetykę, ale też logistykę: kompletność, czystość, spójność i gotowość do pokazania go w użyciu.

1. USTAL CEL NAGRAŃ

Zanim zaczniesz przygotowywać produkt, odpowiedz sobie na kilka pytań. To one decydują o tym, jak produkt powinien być pokazany i jakie ujęcia będą potrzebne.

Czy nagranie ma sprzedawać bezpośrednio? Wtedy potrzebujesz pokazać korzyść, efekt i mocne CTA.

Czy nagranie ma edukować? Wtedy ważniejsze będzie działanie produktu, instrukcja i pokazanie procesu.

Czy nagranie ma budować zaufanie? Wtedy dobrze działają ujęcia z bliska, testy, autentyczne użycie i opinie.

Czy produkt będzie promowany w reklamie lub TikTok Shop? Wtedy szczególnie ważna jest czytelność, tempo i pokazanie wartości w pierwszych sekundach.

Ustal też, czy nagrywasz jeden produkt flagowy, kilka wariantów czy cały zestaw. Im lepiej to określisz, tym łatwiej zaplanujesz sceny.



2. PRZYGOTOWANIE FIZYCZNE PRODUKTU

Produkt przed nagraniem powinien wyglądać jak najlepiej. Kamera wychwytuje drobiazgi, których na co dzień można nie zauważyć.

Wyczyść produkt – usuń kurz, smugi, odciski palców i zabrudzenia.

Sprawdź opakowanie – pudełko, etykieta, folia i naklejki powinny być proste i estetyczne.

Przygotuj kilka sztuk – najlepiej mieć zapasowy egzemplarz na wypadek uszkodzenia lub zabrudzenia.

Zadbaj o kompletność – do produktu dołącz wszystkie elementy, dodatki, końcówki, akcesoria i instrukcje, jeśli są ważne.

Usuń to, czego nie chcesz pokazywać – np. kody, prywatne oznaczenia, uszkodzone etykiety czy nieestetyczne zabezpieczenia.

Jeśli produkt jest używany w praktyce, przygotuj również wersję „do wideo” oraz jeśli to możliwe egzemplarz do demonstracji w ruchu lub w trakcie aplikacji.

3. OPAKOWANIE, WARIANTY I DETALE

W nagraniach sprzedażowych liczą się zarówno główne ujęcia produktu, jak i detale. To one budują wrażenie jakości i pomagają widzowi lepiej zrozumieć ofertę.

- przygotuj wszystkie ważne warianty: kolor, rozmiar, smak, zapach, model,
- pokaż opakowanie z przodu, z boku i z bliska,
- zadbaj o detale: teksturę, fakturę, zamknięcie, aplikator, elementy premium,
- jeśli sprzedajesz zestaw – pokaż wszystkie elementy razem i osobno,
- jeśli produkt ma efekt wizualny – przygotuj ujęcia przed, w trakcie i po użyciu.

To szczególnie ważne przy kosmetykach, akcesoriach, odzieży, produktach home, gadżetach i wszystkich produktach, które „sprzedają się oczami”.



4. PRZYGOTUJ SCENY UŻYCIA PRODUKTU

Klient chce zobaczyć nie tylko sam produkt, ale również to, jak działa i jak wygląda w praktyce. Dlatego przed nagraniami warto przygotować sceny użycia.

- pokaż produkt w dłoni, na osobie albo w naturalnym otoczeniu,
- nagraj moment otwierania, aplikacji, uruchamiania lub używania,
- jeśli produkt rozwiązuje problem – pokaż problem i rozwiązanie,
- jeśli efekt jest widoczny – przygotuj porównanie przed/po,
- jeśli produkt jest częścią stylu życia – pokaż go w kontekście codziennego użycia.

Przykład: przy kubku pokaż nalewanie napoju, przy kosmetyku aplikację, przy organizerze używanie, przy lampie efekt po włączeniu, a przy biżuterii noszenie i detale na ciele.

5. TŁO, STYLIZACJA I OTOCZENIE

Otoczenie powinno wspierać produkt, a nie odwracać od niego uwagę. Najlepiej sprawdzają się proste, czyste i spójne wizualnie kadry.

Tło: gładkie, czyste, pasujące do estetyki marki.

Kolory: neutralne lub zgodne z brandingiem; unikaj chaosu i zbyt wielu mocnych akcentów.

Rekwizyty: tylko takie, które wspierają historię produktu i nie dominują w kadrze.

Stylizacja: jeśli w nagraniu pojawia się osoba, zadbaj o schludny wygląd, kolory spójne z marką i brak rozpraszających elementów.

Porządek: usuń z tła niepotrzebne przedmioty, opakowania techniczne, bałagan, przypadkowe etykiety i kable.

Zadaj sobie pytanie: czy po obejrzeniu kadru wzrok od razu trafia na produkt?
Jeśli nie, uprość scenę.



6. ŚWIATŁO I JAKOŚĆ OBRAZU

Nawet super produkt może wyglądać słabo, jeśli jest źle oświetlony. Światło powinno podkreślać formę, kolor i detale produktu.

- najlepiej korzystać ze światła dziennego lub miękkiego światła stałego,
- unikaj bardzo żółtego lub migającego światła,
- nie nagrywaj pod światło, jeśli produkt staje się ciemny,
- sprawdź, czy kolor produktu wygląda naturalnie,
- przetrzyj obiektyw telefonu przed nagraniem,
- nagrywaj w pionie 9:16, jeśli materiał ma być wykorzystany do TikToka, rolek lub reklam pionowych.

W nagraniach sprzedażowych liczy się czytelność.

7. JAKIE KOMUNIKATY PRZYGOTOWAĆ DO PRODUKTU?

Samo nagranie to nie wszystko. Wideo sprzedażowe działa lepiej, gdy wiadomo, co dokładnie chcesz powiedzieć o produkcie.

Główna korzyść: co klient zyska?

Problem: jaki problem rozwiązuje produkt?

Wyróżnik: co odróżnia go od innych?

Obiekcja: czego klient może się obawiać?

Dowód: opinia, efekt, demo, liczba, materiał z użycia.

CTA: co chcesz, żeby widz zrobił dalej?

Przykładowy schemat: „Jeśli masz problem z..., ten produkt pomoże Ci..., bo...
Zobacz, jak działa. Sprawdź go tutaj.”

8. LISTA UJĘĆ, KTÓRE WARTO PRZYGOTOWAĆ

Poniżej znajdziesz przykładowe typy ujęć, które możesz nagrać dla większości produktów sprzedażowych.

Typ ujęcia	Po co je mieć
Produkt z przodu	pokazanie ogólnego wyglądu
Detale z bliska	pokazanie jakości, tekstury, wykończenia
Otwieranie / rozpakowanie	budowanie ciekawości i efektu „unboxing”
Produkt w użyciu	pokazanie funkcji i praktycznego zastosowania
Przed / po	pokazanie efektu działania
Porównanie wariantów	ułatwienie wyboru klientowi
Zestaw / komplet	pokazanie pełnej wartości oferty
Opinia / reakcja	zwiększenie wiarygodności
CTA / końcowe ujęcie	domknięcie filmu i wezwanie do działania

Nie musisz używać wszystkich typów ujęć w jednym filmie. Warto jednak mieć je nagrane, aby później swobodnie budować różne wersje materiałów.



9. CHECKLISTA PRZED DNIEM NAGRAŃ

- ☐ Mam przygotowany produkt główny i zapasowy.
- ☐ Produkt jest czysty i kompletny.
- ☐ Mam wszystkie warianty / kolory / rozmiary, które chcę pokazać.
- ☐ Mam przygotowane opakowanie i dodatki.
- ☐ Mam ustalone tło i rekwizyty.
- ☐ Mam listę ujęć do nagrania.
- ☐ Mam ustalone najważniejsze komunikaty i korzyści.
- ☐ Wiem, czy pokazuję produkt solo, w użyciu czy w porównaniu.
- ☐ Mam dobre światło i telefon / aparat.
- ☐ Mam plan, gdzie później wykorzystam materiał: TikTok, reklamy, sklep, rolki.

10. NAJCZĘSTSZE BŁĘDY

- nagrywanie zabrudzonego lub porysowanego produktu,
- brak pokazania produktu w użyciu,
- zbyt duża liczba rekwizytów i chaos w kadrze,
- słabe światło i nieostry obraz,
- brak zapasu produktu lub brak wszystkich
- wariantów, zbyt długie ujęcia bez dynamiki,
- brak jasnej korzyści i CTA,

Większości tych błędów można uniknąć właśnie dzięki prostemu przygotowaniu przed nagrańmi.



PODSUMOWANIE

Dobrze przygotowany produkt to podstawa skutecznego nagrania sprzedażowego.

Im lepiej zadbasz o czystość, detale, opakowanie, sceny użycia, tło i komunikaty, tym większa szansa, że materiał będzie nie tylko ładny, ale przede wszystkim sprzedażowy.