

转正述职报告

Regularized debriefing

汇报人：罗晓靖 岗位：短视频编导

白的空间
让生活充满轻盈。

罗晓靖 · iris
self-introduction

品牌活动策划师

5 年 品牌活动策划经验

100 场 线下活动组织策划经验

2年 新媒体推广经验

1000 万 预算的线下活动经验（参与）

50万预算的 线下活动经验（主策）



olayks. 立时



颜色

colour

是一种态度。

白

white

是恰当，

是生活的少一点。

态度 调性 工艺
专注 自然 无他

17条美食视频**美术指导**（视频脚本）、美食拍摄**素材剪辑**

《少一点》宣传片**创意指导**

破壁机 压力锅 电磁炉 竹笼电蒸锅 分体电煮锅



「美食灵感」

01 视频初步构思

- 封面
- 前10秒
- 画面记忆点

02 文案构思

- 记忆点停留文案
- 菜谱文案修正
- 发布文案

03 视频剪辑

- 音乐
- 调色
- 画面融合

春宴



一人食



纤体





「一人食」

时令菜系列

阅读量 4000+（视频号）

点赞32+ 转发43+ 红心28+

西芹炒百合/豌豆苗凉拌蟹味菇/芦笋炒虾仁





「纤体」

减脂低卡系列

阅读量 4000+（视频号）

点赞19+ 转发21+ 红心17+

南瓜牛排沙拉/黄瓜土豆泥卷/蚕豆泥开放式欧包





「春宴」

竹笼烹饪系列

阅读量 3000+（视频号）

点赞14+ 转发10+ 红心21+

茉莉菠菜蒸蛋/乌兰头咸肉笋蒸饭/香蒸槐花





「端午」

端午系列

阅读量 2000+（视频号）

点赞20+ 转发19+ 红心23+

艾草冻/竹筒粽子/缤纷酸奶粽





「总结」

summarize

- 优胜：更能体现公司品牌调性， 激发观众体验感、情绪价值、让观众有代入感
- 缺乏：产品指标比较弱， 需要长期时间效应， 增强观众信任度
- 不足：记忆点、空间生活感缺乏、目前美感偏强， 观众带入感偏弱
- 解决：提升网感敏锐度， 多观察数据， 分析数据好与数据差的差异

《少一点》

脚本构思 | 文案修改 | 落地执行

「画面构思」



「文案构思」

少一点喧嚣
调低外界音量
听见心底真实的回响

少一点匆忙
把时间还给山风
在自然里放空

少一点焦虑
在自己的节奏里
感受一草一木的松弛

少的力量
让生活更有质感





《少一点》

A little less

不足：时间准备比较少，画面的构造，布景考虑因素不够

改善：加强物料与画面融合、画面逻辑性、加强品牌调性



「收获」

3个月的实习让我更加了解公司的架构与品牌魅力，也在实践中不断提升自己的岗位技能，从脚本的构造，文案的编写，到落地拍摄都有一个很好的转变

「心得」

编导的岗位需要优化，提升不同的技能，例如剪辑、摄影、设计、文案，这些技能让自己对于其他工作会有一定的把控，同时提升自己视觉审美，更好辅助其他岗位能顺利进行

olayks. 立时



提升

improve

·

专注

focus on

「网感」

- 提升内容的敏于感知能力
- 让观众通过镜头有代入感

「技能」

- 剪映
- 达芬奇
- ps
- 文案

「执行」

- 物料的落地
- 团队的配合
- 项目的规划

「热点敏感性」

- 挖掘热点拆解复刻
- 根据用户需求策划相关选题

「美食灵感」



「环境器皿设计」

1、空间设计

·生活感的色调应该是暖系色调整体增加空间色度，墙面设计布置

2、器皿选用

·器皿的选用，尽量与空间色调相融合，增加空间饱和度

3、食材购买

食材要保证新鲜、尽量采用菜市场购买，呈现食物最新鲜的状态拍摄

「人群定位主题设置」

素食、碳水类/速成类/精心类

1、节气系列

·立春（春芽炒蛋、虾仁韭菜、春笋冬菇汤）
·雨水（春笋白拌鸡、豆苗蘑菇汤、红烧猪蹄）
·惊蛰（惊蛰吃梨、陈皮莲子薏米水鸭汤）

2、新中式简式料理

·辣味芋油焖鸡·古早麻辣咖喱大虾
·薄荷酥炸小黄鱼·木姜子卤牛舌

3、简餐家庭版菜系

·山药炒牛肉、板栗米饭
·肉片炒茄子、蛋黄鸡翅

「画面构造」

1、封面

·字体/logo/构图/色调

2、食物与生活化结合

·整体视觉色调/食物静态特写/空间/阳光

3、记忆点

·空间感/室外自然环境/食物/准备食材过程

4、食材转接

·每一个食材转接过程需要有停顿感、可采用3+3+3+5剪辑手法呈现

「视频文案」

1、记忆点文案

·符合当下主题，结合环境设置文案

2、产品文案

·视频对应的产品，在空镜中增加产品信息

3、发布正文文案

·结合食材，针对口感和整体感受去表达

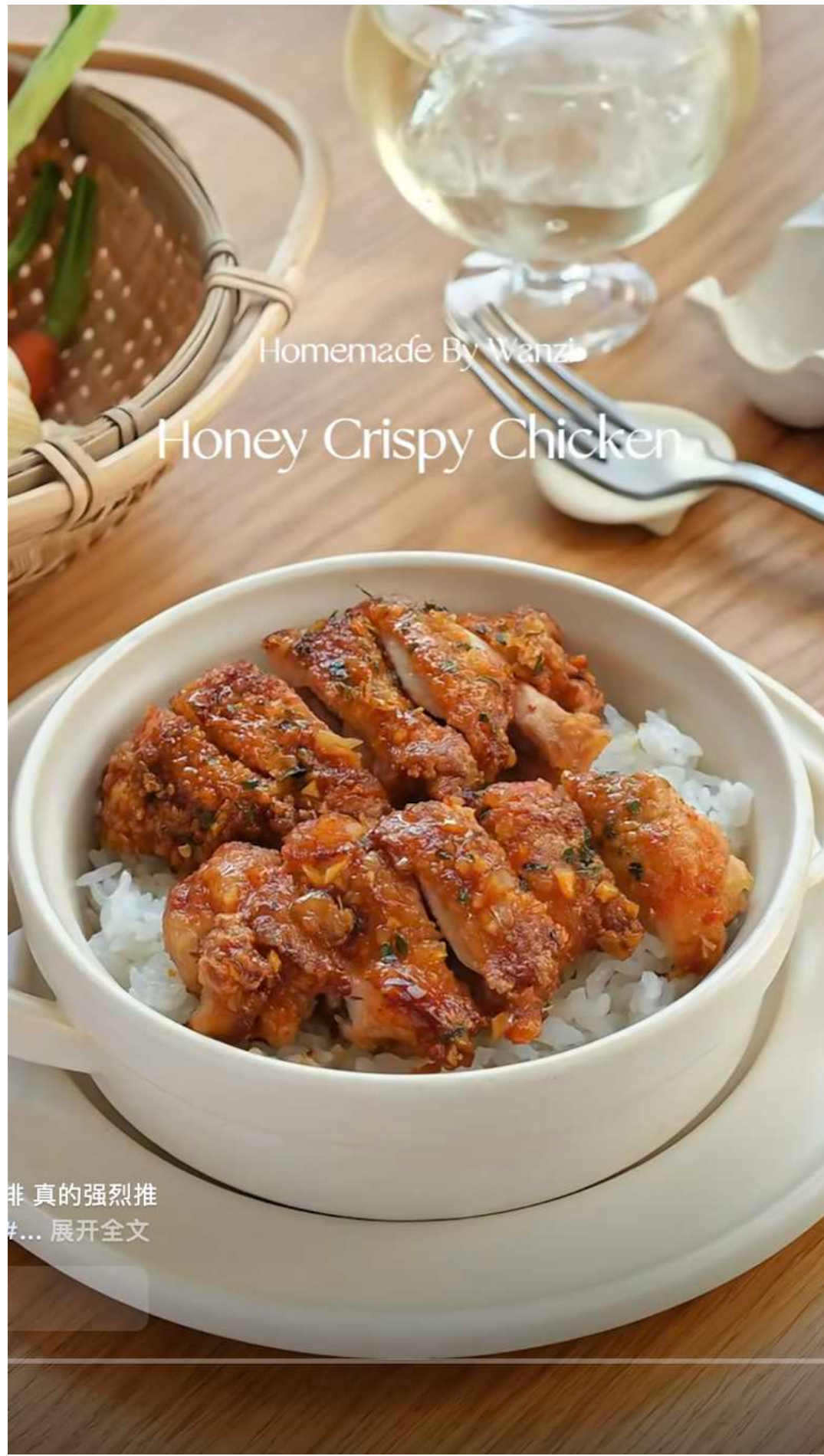
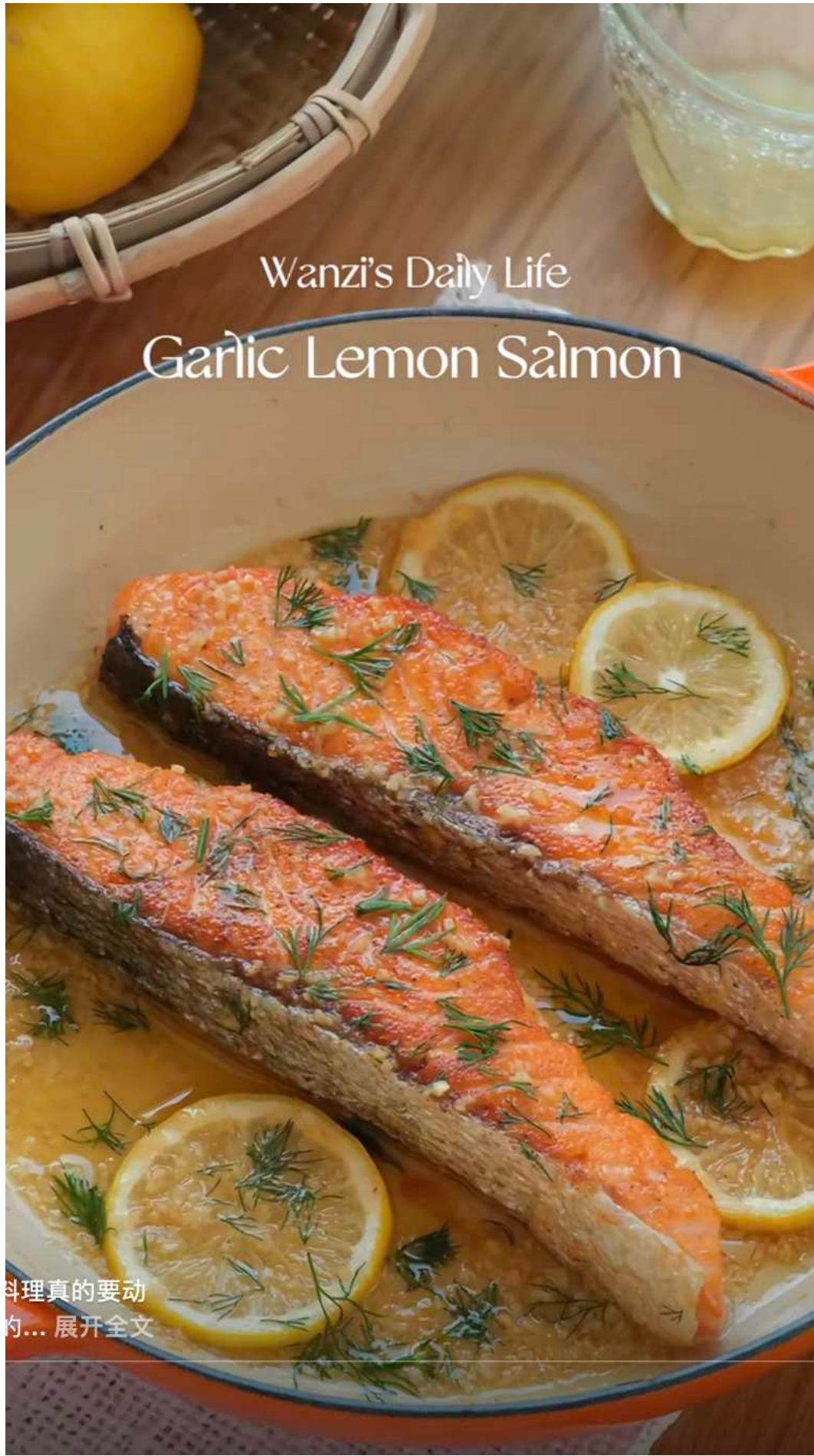
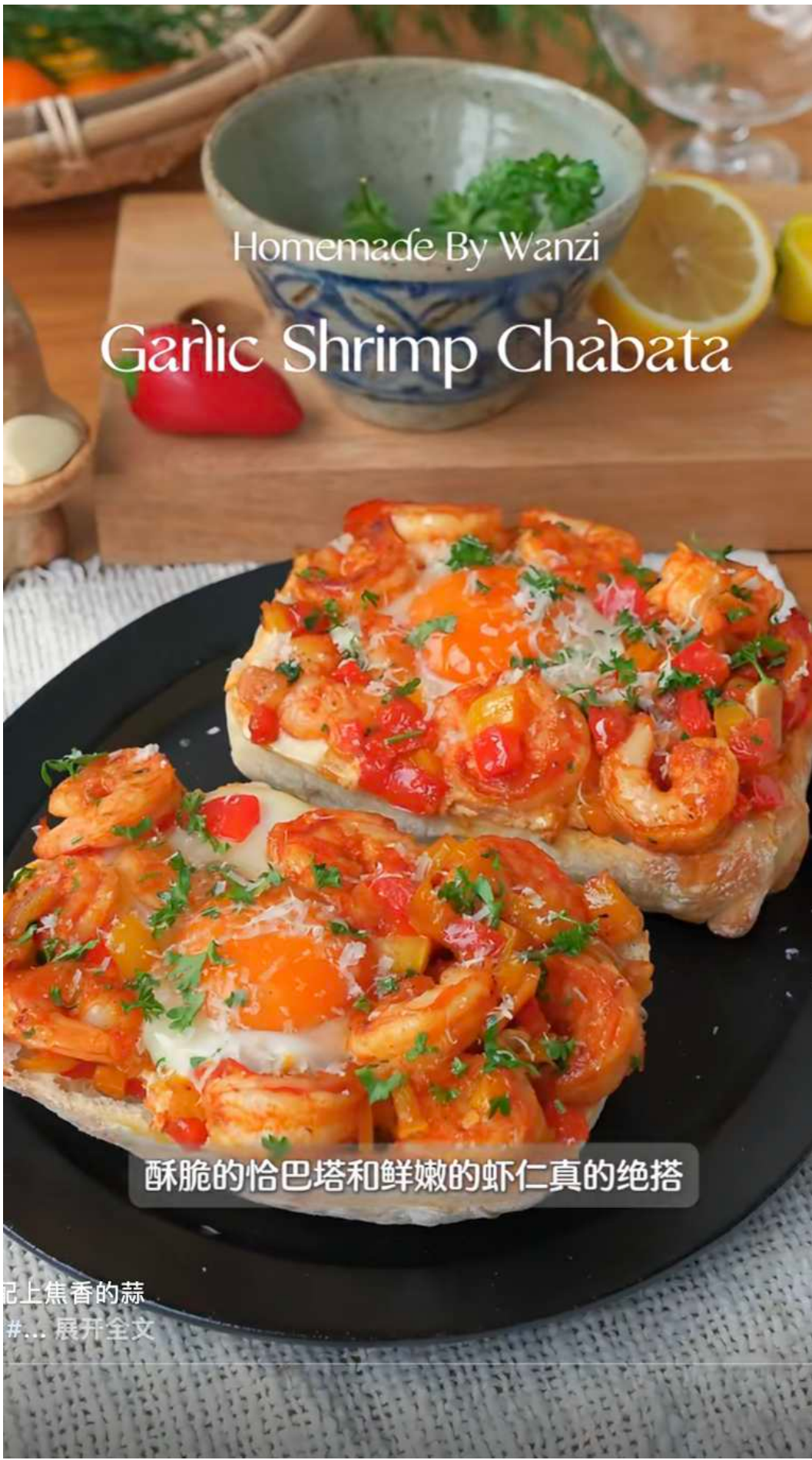
4、关键词

·#olayks 立时 #olayks灵感食集 #原创设计
· #olayks立时造物 #精于质简于形

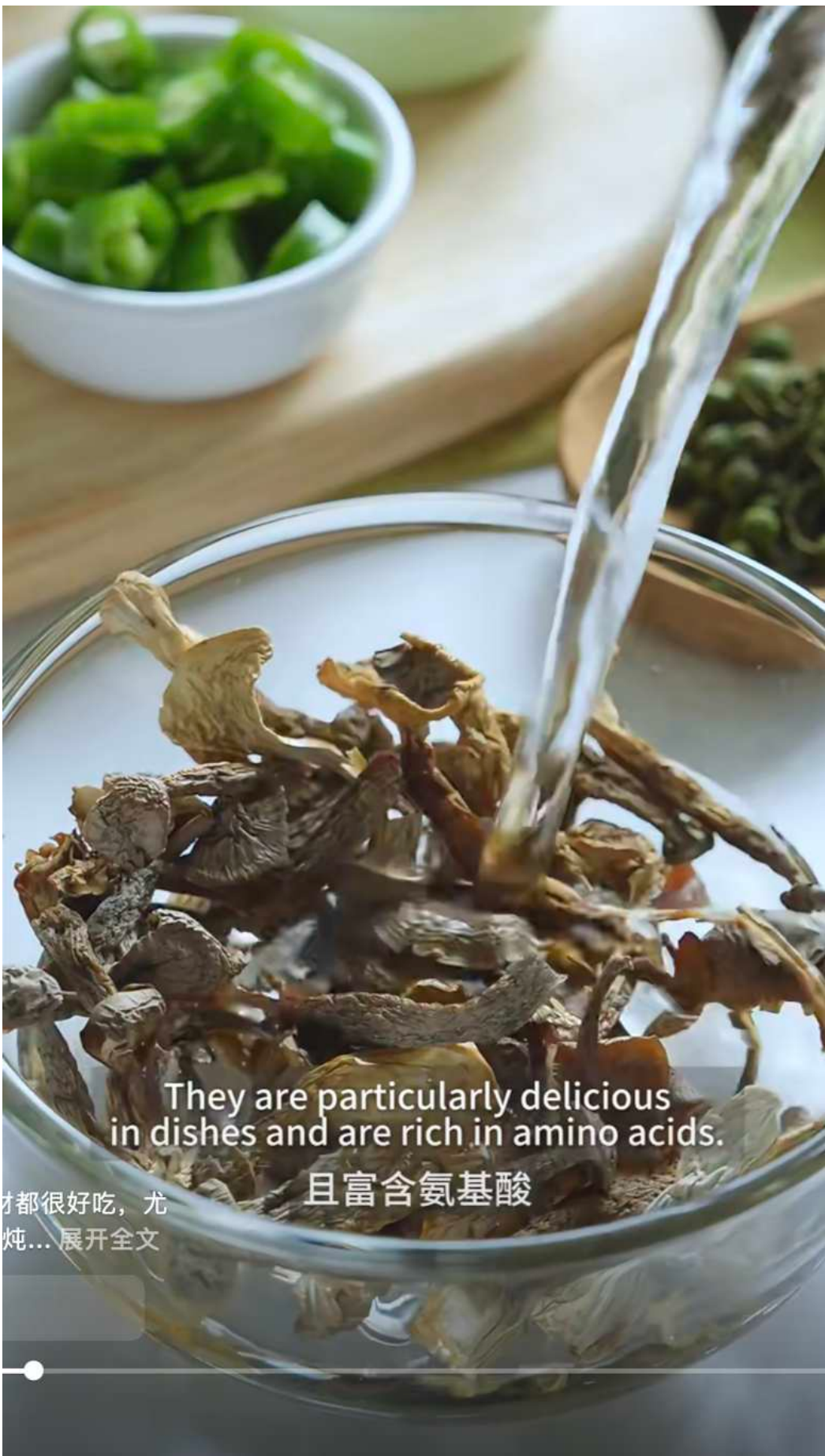
「生活空间感」 整体暖色调，阳光照射在家具或者食物，体现生活宁静和舒适



「定位人群菜谱系列」立时定位25-35岁群体，除了节气、和特殊人群（减脂、打工）大部分年轻群体都偏喜爱食欲强做法简单的菜系



「画面构造」针对画面转场，建议中间仍保留文字，尽量呈现部分食物的小心思，烹饪的烟火气，拍摄角度有多种角度（平视/俯视/第一视觉/特写）





「建议」

- 定期探讨项目复盘
- 检测数据进行回顾
- 开发灵感创意会议，比采用的创意进行下期主题

「优化」

- 设备升级，考虑素材保留和利用
- 人员优化，固定造型师、摄影、编导
- 加强小组交流，激发创意
- 增加奖励积分机制，换取适当福利，增强工作性







Thank you

汇报人：罗晓靖

岗位：短视频编导