



## Vorbereiding van een film: Waar moet je als opdrachtgever op voorhand over nadenken?

Film is één van de meest effectieve manieren om te communiceren. De combinatie van beeld en geluid prikkelt de ogen en de oren. Dit zorgt voor een bepaalde emotie bij de kijker. Hoe zorg je ervoor dat jouw film de juiste boodschap en emotie overbrengt?

Het is belangrijk om op voorhand alvast antwoord te geven op de volgende vragen.

### Wie is je doelgroep?

Bedenk goed welke mensen je wilt bereiken met je film. Zijn dat bijvoorbeeld beleidsmakers, potentiële nieuwe klanten of mensen met een interesse in een specifiek onderwerp? Elke doelgroep vraagt een andere aanpak.

### Wat is het doel van de film?

Bedenk goed welke boodschap bij de kijker moet blijven hangen na het zien van jouw film. Kun je deze boodschap in een paar zinnen samenvatten? Zo ja, dan heb je een duidelijk doel. Dit wordt de leidraad van de videoproductie. Bij elke stap houden we rekening met het doel dat bereikt moet worden. Zo nee, dan is het slim om daar nog even verder over te brainstormen. Wij denken graag met je mee.

### Waar wil je filmen?

Een goede filmlocatie sluit aan bij de inhoudelijke boodschap. Denk eens na over verschillende locaties. Wat gebeurt daar? Is het interessant om naar te kijken? Vaak werkt het goed om mensen te filmen in hun eigen omgeving. Bijvoorbeeld op hun eigen werkplek of in hun eigen huis. Daar voelen ze zich meer op hun gemak.

### Wanneer wil je filmen?

Het is goed om na te denken over een deadline. Als de film bijvoorbeeld op een congres vertoond moet worden dan houden we daar rekening mee in onze planning. Een compleet filmtraject van voorbereiding tot afronding duurt gemiddeld vier weken. Soms kan het sneller, soms duurt het wat langer. Dit is ook afhankelijk van praktische zaken zoals beschikbaarheid van mensen en locaties. Wellicht zijn er ook gebeurtenissen die je graag vast wil leggen. Denk daar ook even over na. Hoe passen deze momenten bij de boodschap die je wilt overbrengen?





Vraag jezelf altijd af waarin je doelgroep geïnteresseerd is en stem je film daarop af



Ga je de film straks alleen vertonen via je website of op een groot scherm tijdens een evenement?

## Waarom gaat iemand deze film bekijken?

Verplaats je eens in het hoofd van de kijker. Hoe blijf je de kijker betrokken houden bij de film? Waarin is je doelgroep geïnteresseerd? Hoeveel tijd heeft je doelgroep? Waar bevindt je doelgroep zich? Het is nogal een verschil of iemand op een stoel zit bij een congres of achter zijn computerscherm. Een video kan interesse wekken door interessante informatie, hoofdrolspelers en/of actualiteit. Een kijker wil nieuwe dingen zien. Hou daar rekening mee.

## Hoe ga je de film vertonen?

Voor ons als filmmaker is het ook belangrijk om te weten hoe je de film gaat vertonen. Komt de film op je website te staan? Opent de film een bijeenkomst of congres? Neem je de film mee naar klanten op je tablet?

Het formuleren van antwoorden op deze vragen helpt je om je eigen idee scherp te krijgen. Het helpt ons om een idee te vormen voor de vorm en inhoud van de film.

Op basis van deze antwoorden gaan wij verder met je in gesprek en doen een voorstel. In dit gesprek stellen wij nog meer (kritische) vragen om zo tot het beste resultaat te komen. We bedenken welke vorm de film krijgt, hoe lang de film ongeveer gaat worden, welke camerastijl we hanteren en welke inhoud wij naar voren laten komen.

Meer informatie: [info@ggtv.nl](mailto:info@ggtv.nl)