

De Oscar of het resultaat?

Hoe ziet uw bedrijf er op film uit? Uw mensen, producten, diensten of klanten? Lastige vragen.

U wilt immers de beste uitstraling maar ook een commerciële boodschap kwijt.

Daarvoor is een creatief script van ebbers media van essentieel belang.

Lees de voorbeelden eens door en laat u overtuigen van creativiteit met resultaat.



KIP GmbH



Omschrijving

In een maximaal 5 minuten durende DVD-video zal het complete bedrijfsprofiel van KIP GmbH in beeld worden gebracht om te laten zien hoe betrouwbaar en professioneel het bedrijf is, en hoe het altijd bezig is te zoeken naar innovatie en verbetering van de complete productlijn. Hoewel de productie van de tapes in Shanghai is ondergebracht moet duidelijk worden dat het bij KIP niet draait om alleen maar 'dozen schuiven'. De internationale manier van handelen zal juist moeten worden gebruikt om indruk te maken op KIP's (potentiële) klanten. In de video is het van belang om de naam van het moederbedrijf Shurtape ondergeschikt te maken aan de naam KIP - inmiddels een begrip in de branche – zonder dat het idee ontstaat dat KIP zich schaamt voor de moederonderneming.

De video zal worden opgebouwd uit een aantal onderwerpen die door een rode draad aan elkaar worden verbonden. De rode draad bestaat uit een rol (rode!) tape die zich op eigen kracht een weg baant door een compleet gerenoveerd huis, waar allerlei soorten tape zijn gebruikt voor de renovatiewerkzaamheden. Met behulp van een aantal flashback-momenten zal het productieproces en het logistieke verloop binnen KIP aan de orde komen.

Doelgroep

De video richt zich voornamelijk op de groothandel en professionele eindverbruikers, zoals bijv. bouwmarkten en schilders. Door de diversiteit aan (concurrerende) verbruikers/groothandels is het van belang dat er géén logo's worden gecommuniceerd.

Concept (volgens globale tijdsplanning)

00:00:00:00 Het beeld start volledig zwart. Muziek start. Vanaf de onderkant rollen een aantal tapes ongelijk naar boven, totdat bijna het gehele beeld is afgeplakt met een verschillende kleuren tapes.

Logo en slogan "Hecht aan kwaliteit" verschijnen bovenaan in het zwart (zie voorzijde KIP-brochure).

00:00:10:00 Bovenste zwarte balk met logo en slogan schuift naar boven (buiten beeld) en de rollen tape rollen zich in diverse snelheden af naar beneden. Achter de rollen komt full motion beeld tevoorschijn. Overzichtsshot vanaf de straat van de buitenkant van een gerenoveerde woning. De camera rijdt naar links totdat de achterkant van een bestelbus deels in beeld komt. Een man opent de achterdeur van de bus. Als hij de deur half open heeft, rolt er een rode rol tape uit de wagen. De camera focust op de tape, die als vanzelf lijkt te bewegen.

Close shot van de rol die over de oprit voorbij rolt. Volgshot van achter de rol, die zich richting de garage begeeft. De automatische garage deur opent zich automatisch en de rol rolt nét onder de deur door. Shot in de garage van de rol die tegen een doos (met logo van KIP) stoot. Powerzoom op de doos en het logo. Overgang naar de eerste flashback: “productie & logistiek”, met behulp van een fade naar wit.

00:01:00:00 [*muziek-wissel*] Overzichtsshot in de haven van Rotterdam (?) waar een groot vrachtschip binnenkomt. Boven in beeld verschijnt een strook rode tape met daarop de titel “productie & logistiek” geanimeerd. Beelden van het schip en het lossen/overladen in grote vrachtwagens. Diverse shots van het vervoer van de containers van de haven richting KIP in Bocholt. Voice-over vertelt over de grote hoeveelheden tapes die jaarlijks in de fabriek worden geproduceerd voor Duitsland / Nederland / Europa en over het logistieke proces. Tevens beelden van het lossen bij KIP in Bocholt. Eindigen met een fade naar wit.

00:02:00:00 [*muziek-wissel*] Beeld fade van wit naar full motion video (*rode draad*). De rode rol tape rolt door de huiskamer. Camera volgt de rol in diverse medium en close shots en stuitert vervolgens op de salontafel waar een afstandsbediening ligt (*backward editing*). De rol stoot tegen de afstandsbediening aan en op de achtergrond gaat een nieuwe LCD-TV aan. Camera verlegt de focus van de a.b. en de rol naar het beeld op de tv. Powerzoom op het beeld van de tv waar een zgn. DVD van KIP draait. Wanneer het tv-beeld het hele beeld vult volgt de overgang naar het onderdeel “innovatie & kwaliteit” met behulp van een fade naar wit.

00:02:20:00 [*muziek-wissel*] Fade van wit naar een overzichtsshot van een laboratorium-situatie waar tests worden uitgevoerd op een aantal producten uit het assortiment van KIP. Boven in beeld verschijnt een strook rode tape met daarop de titel “innovatie & kwaliteit” geanimeerd. Zo worden rollen tape getest op duurzaamheid en kleurvastheid. Veel close shots van het uitvoeren van de testwerkzaamheden. Eventueel het plakken van een kwaliteits-sticker/stempel op een doos van KIP. Voice-over vertelt over de hoge kwaliteitsnorm die KIP hanteert en de manier waarop KIP altijd op zoek is naar nieuwe producten om hun eindverbruikers efficiënt te kunnen laten werken. Beelden van een aantal nieuwe producten met uitleg van de voice-over. Beeld fade naar wit.

00:03:20:00 [*muziek-wissel*] Beeld fade van wit naar full motion video (*rode draad*). De rode rol tape rolt van de huiskamer naar de hal. Camera volgt de rol in diverse medium en close shots en stuitert vervolgens de trap op (*backward editing*). Op de eerste verdieping rolt de rol tape richting een deur, die op dat moment iets opengaat, waarna de rol een lege kamer binnenrolt. Close volgshot van de rol,

die uiteindelijk tegen een blik verf en een aantal kwasten/rollers aan stoot. Camera zoomt iets uit tot een medium van het verfblik en de kwasten. Powerzoom op het verfblik. Overgang naar het onderdeel “productlijn” met behulp van een fade naar wit.

00:03:40:00 [*muziek-wissel*] Fade van wit naar een overzichtsshot van de grote opslaghal van KIP. Boven in beeld verschijnt een strook rode tape met daarop de titel “productlijn” geanimeerd. Terwijl de camera door de hal rijdt (evt. in slow motion) verschijnen in een PIP (*Picture In Picture - circa ¾ van het beeld*) diverse producten en de mogelijke toepassingen. Beelden van schilders die met de KIP-producten werken, aangevuld met beelden uit diverse bouwmarkten, waar producten op het schap liggen. De voice-over vertelt over de producten en de USP's. Beeld fade naar wit.

00:04:40:00 [*muziek-wissel*] Beeld fade van wit naar full motion video (rode draad). De rode rol tape rolt richting de trap en stuitert vervolgens de trap af, de gang in. De camera volgt met een aantal close en medium shots. De rol gaat tussen een muggengordijn door naar de achtertuin, waar een vrouw de tuin staat te sproeien. Close volgshot van achter de rol tape, die langs de tuinslang (*met gaatje + water-straaltje*) rolt. Overzicht van de tuin en de vrouw, die bezorgd kijkt naar het gaatje in de tuinslang. Close shot van de benen/voeten van de vrouw. De rol komt tegen haar voeten tot stilstand en valt om. Medium shot van de vrouw die de rol oppakt en zichtbaar verrast een stuk tape afscheurt en de tuinslang plakt. Overzichtsshot van de vrouw die voldaan gaat zitten/liggen op haar tuinstoel. Beeld vervaagd en het logo van KIP GmbH komt in beeld, evenals de pay-off “Hecht aan kwaliteit”.

00:05:00:00 Einde productvideo

Opmerkingen

De muziek tijdens alle rode-draad-fragmenten moet gelijk en duidelijk herkenbaar zijn, terwijl de muziek in de overige video-items juist moet wisselen. De beelden tijdens de rode draad kunnen eventueel worden vertraagd om een bijna filmische sfeer te creëren. De aangegeven tijdcodes zijn indicatief.

Heineken Brouwerijen



Omschrijving

Een DVD-productie met een hoog “feel-good” gehalte, waarin duidelijk wordt dat het bij Heineken niet alleen draait om bier. In de film moeten de diverse afdelingen voor het voetlicht worden gebracht, te weten: logistiek, ontwerp en verhuur. De uiteindelijke lengte van de film is ongeveer 5 - 6 minuten.

Voorstel

De film begint met een intro, waarbij het Heineken-logo op verschillende manieren wordt belicht. De nadruk ligt hierbij op bier, bierflesjes, viltjes, reclames (abri's ?) en alles waar een logo op staat. Het tappen van een biertje in een Heineken glas is een mooie start. In deze korte introductie vertelt een voice-over: “Wanneer u het Heineken-logo ziet...thuis, op tv of in het cafe...denkt u waarschijnlijk in eerste instantie aan bier. Logisch, want daar zijn we groot mee geworden. Maar bij Heineken doen we meer dan bierbrouwen alleen.....veel meer.....”. Bij deze laatste woorden worden de beelden van het tappen van een biertje achterstevoren gemonteerd, als startschot voor de uiteindelijke film.

Voor de bedrijfsfilm geldt het bouwen en inrichten van een nieuw café als rode draad. Vanuit het nieuwe café kan op een aantal momenten worden geschakeld naar bijvoorbeeld de afdeling logistiek, de verhuurafdeling en de ontwerpers van Heineken. Door de schakelmomenten met behulp van een beeld-bruggetje aan elkaar te koppelen, krijgt de film een minder voorspelbaar karakter en houdt het geheel vaart.

Concept (volgens globale tijdsplanning)

Vanuit het nieuwe café in aanbouw zoomt de camera in een een tafeltje met stoeltjes. Op het tafeltje ligt een blocnote met een potlood/pen en een mobiele telefoon. Graag shot nieuwe vergelijkbaar moderne situatie waarbij contouren bar zichtbaar zijn, vergelijkbaar materiaal... licht hout etc. Close shot van blocnote gaat over in een close shot van een schrijfblok van iemand van Heineken die in overleg is met de nieuwe klant. [kennismaking klant | gezamenlijke brainstorm | ideeën uitwisselen]

Eindigen met een duikshot naar een bierviltje van Heineken dat op de tafel ligt. Dit shot gaat over in een shot van de bar in het nieuwe café waar een hele stapel nieuwe bierviltjes ligt. (*Zelfde cafe in scene*)

Na een aantal impressie-shots in het café in aanbouw, richt de camera zich op een wand waar een bouwvakker met een waterpas een lijn zet. Dit shot gaat over naar de ontwerper van Heineken die achter zijn tekentafel de bouwtekening aan het maken is.

(shot peter...lijn over concept bar in kleur, overeenkomend met gemaakte shot bij sensus).
[opzetje tekenkamer | uitwerken tekening] Uiteindelijk komt het getekende opzetje voor het café *(in kleur)* in beeld. Dit shot gaat over in een shot van het café, waarbij de gelijkenis goed zichtbaar is. *(bijvoorbeeld een shot van de bar).* Na een aantal sfeershots van het café klinkt een telefoon die op de bar is geplaatst. *(Graag shot nieuwe vergelijkbaar moderne situatie waarbij contouren bar zichtbaar zijn, vergelijkbaar materiaal... licht hout etc)* De camera richt zich op de telefoon, die wordt opgepakt door één van de mensen in het nieuwe café...Close shot.... Het shot gaat over in beelden van de telefonische verkoopafdeling van Heineken. [telefonie ...dames verkoop | bestelling opnemen | laden en lossen | overzicht producten] De beelden van de logistieke afdeling eindigen met een close shot van de banden van een vrachtwagen. Dit shot gaat over naar een close shot van een fust bier dat door een man/vrouw in het nieuwe café achter de bar wordt gerold.

Wederom een aantal sfeershots van het afbouwen van het nieuwe café. Camera richt zich uiteindelijk op de tap en zoomt in. Beeld gaat over in een tap op locatie. Als laatste shot voor de verhuur-afdeling komt de achterkant van een vrachtwagen in beeld, waarbij de achterklep wordt gesloten. Het beeld gaat over in een vrachtwagen voor de deur van het nieuwe café. De vrachtwagen rijdt weg en de camera richt zich op de deur van het nieuwe café dat inmiddels de opening viert. Mensen komen van buitenaf het café binnenlopen. Bordje 'open' op de deur van de ingang.

Beeld van mensen in het café vervaagt....eventueel logo in beeld met pay-off.

Muziek en setnoise van het café loopt nog even door.

EXTRA

Als ondersteuning van het belichten van alle onderdelen in de bedrijfsfilm is het wellicht goed om met een aantal geanimeerde titels te werken. Tevens kan de voice-over kort en krachtig iets vertellen over de betreffende afdelingen. Hierbij is het ook mogelijk om tijdens de wisselingen van de shots over te gaan naar aparte muziek. Op die manier wordt de stap vanuit het nieuwe café naar één van de afdelingen nog eens extra benadrukt. Ditzelfde geldt voor de muziek die gebruikt wordt voor het café-gedeelte. Door deze gelijk te houden in de hele film, wordt ook de audio herkenbaar als rode draad.

Volgorde

- 001 – INTRO
- 002 – CAFÉ IN AANBOUW [RODE DRAAD]
- 003 – ONTWERPAFDELING
- 004 - CAFÉ IN AANBOUW [RODE DRAAD]
- 005 – LOGISTIEK
- 006 - CAFÉ IN AANBOUW [RODE DRAAD]
- 007 – VERHUURAFDELING
- 008 – OPENING CAFÉ [RODE DRAAD]



Mondrian Espresso



Omschrijving

In een maximaal 4 minuten durende DVD-video moet het nieuwe product 'Mondrian Espresso' van Beukenhorst onder de aandacht worden gebracht van de doelgroep. De verbindende factor tussen de kunst van Mondriaan en Beukenhorst koffie is Winterswijk, de plaats waar Pieter Cornelis Mondriaan twaalf jaar woonde en inspiratie opdeed voor veel van zijn inmiddels wereldberoemde werken. De informatie over het product en de schilder Mondriaan verdelen we in drie onderdelen, te weten:

1. Achtergrondinformatie over Pieter Mondriaan en zijn leven in Winterswijk.
2. Het productieproces van Mondrian Espresso en Beukenhorst.
3. De voordelen voor horeca-ondernemers die de producten gaan gebruiken.
Tevens een line-up van alle producten die beschikbaar zijn.

Deze drie video-onderdelen krijgen ieder een eigen kleur (blauw – geel – rood, uit het logo en het werk van Mondriaan) en worden omlijst door kunstzinnige videofragmenten van een schilder die een stilleven op het doek zet en na afloop een heerlijke Mondrian Espresso drinkt. Op deze manier is de combinatie koffie/kunst de rode draad in de productvideo.

Doelgroep

De video richt zich voornamelijk op de horeca-ondernemers in het MKB. Afhankelijk van het verspreidingsgebied, zou de DVD in drie of vier talen moeten worden verdeeld. In een algemeen DVD-menu kan de kijker zijn/haar taal selecteren.

Concept (volgens globale tijdsplanning)

00:00:00:00 Het beeld start volledig zwart, terwijl een licht-klassieke audio-track start. Het logo van Mondrian Espresso verschijnt gecentreerd in beeld. De slogan "Masterfully different..." wordt in beeld geanimeerd onder het logo (in het midden van de ruimte tussen de onderkant van het logo en de onderkant van het safety-kader). Logo en slogan blijven even staan en vervagen naar zwart. Muziek gaat door...

00:00:20:00 Beeld fade naar een close shot van een wit schildersdoek. De punt van een kwast met een dikke klodder blauwe verf komt in beeld en begint de verf uit te strijken over het doek. De camera zoomt heel langzaam in op het blauw tot het hele beeld blauw is. Beelden van Winterswijk, werken van Mondriaan en de



Beukenhorst-locatie worden langzaam in beeld geanimeerd. [*muziek-wissel*] Een voice-over vertelt het verhaal van Mondriaan in Winterswijk en gebruikt daarin steekwoorden die in de overige video-onderdelen weer terugkeren. Beeld eindigt op zwart.

00:01:20:00 [*muziek-wissel*] Beeld fade naar een close shot van een wit schildersdoek, waar deels een zwarte lijn en een blauw vlak erboven zichtbaar zijn. De punt van een kwast met een dikke klodder gele verf komt in beeld en begint de verf uit te strijken over het doek. De camera zoomt heel langzaam in op het geel tot het hele beeld geel is. [*muziek-wissel*] Beelden van het productieproces van de Mondrian Espresso verschijnen langzaam door het geel heen. De voice-over ondersteunt de beelden van het productieproces (*koffiebonen, malen, verpakken, etc. – puur productieproces, zo min mogelijk mensen volledig in beeld – wel handen o.i.d.*). Fade naar zwart.

00:02:20:00 [*muziek-wissel*] Beeld fade naar een close shot van een wit schildersdoek, waar deels een zwarte lijn en een geel vlak erboven zichtbaar zijn. De punt van een kwast met een dikke klodder rode verf komt in beeld en begint de verf uit te strijken over het doek. De camera zoomt heel langzaam in op het rood tot het hele beeld rood is. [*muziek-wissel*] Beelden van de complete productlijn van Mondrian Espresso verschijnen (langzame fade-in) en de voice-over vertelt over de afzonderlijke producten en de gehele Mondrian-lijn van Beukenhorst en benadrukt de voordelen van de productlijn. De steekwoorden uit het eerste video-onderdeel komen in dit deel terug. Fade naar zwart.

00:03:20:00 [*muziek-wissel*] Fade naar een close shot van het schildersdoek, waar een schilder een laatste veeg met zijn kwast maakt. Camera zoomt uit tot een overzicht van de schilder, de schildersezels met doek, waarop een stilleven staat geschilderd van een tafeltje met een dienblad, kopjes, koffieblik, koffiebonen, etc. allemaal van Mondrian Espresso. De schilder loopt achter zijn doek langs om een kopje koffie van het dienblad (*dat hij zojuist geschilderd heeft*) te pakken. Hij loopt met het kopje naar een koffieautomaat van Mondrian Espresso om er koffie te halen. Tot slot drinkt de schilder zijn koffie, terwijl zijn doek op de achtergrond vaag zichtbaar is. Het beeld vervaagt en het logo + slogan verschijnen in beeld. Muziek fade langzaam uit.

00:04:00:00 Einde productvideo

Opmerkingen

De muziek tijdens alle rode-draad-fragmenten moet gelijk, herkenbaar en licht-klassiek zijn.

De muziek in de overige video-items moet juist wisselen. De beelden kunnen eventueel worden vertraagd om een bijna filmische sfeer te creëren. De aangegeven tijdcodes zijn indicatief. De duur van de drie infoblokken kan ook korter...

