geomarfilm
AGENTUR FÜR BEWEGTBILD

1 .Wer soll ihren Film anschauen?

Wer ist der potenzielle Zuschauer ihres Unternehmensfilms? Wer soll sich das was Sie zu sagen haben ansehen und am besten nicht zwischendurch abschalten? Machen Sie sich hier ein genaues Bild von ihrem Zuschauer. Je besser Sie wissen welche Inhalte in ihrem Unternehmesfilm am wichtigsten sind, desto mehr grenzen Sie auch automatisch eine Zielgruppe und damit ihren Zuschauer ein. Denn ein Unternehmensfilm kann viel. Zum Einen kann er stetiger Werber um neue Fachkräfte sein. Arbeitsweisen und Betriebsklima zeigen Sie als strukturiertern, zuverlässigen Partner für Neukunden. Auch Menschlichkeit und Sympathie kann durch einen Film am besten vermittelt werden. Und gerade darauf kommt es am meisten an. Ihr Zuschauer soll sich beim Anschauen ihres Films wohlfühlen. Es gibt kein anderes Medium das Menschen auf diese Weise besser erreichen kann.

2. Keep it simple.

Kein Chichi bitte! Beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Ausufernde Aufzählungen von Daten und Fakten langweilen den Zuschauer. Auch aufwändige Animationen von Arbeitsprozessen sind beim Unternehmensfilm meistens überflüssig. Seien Sie authentisch und lassen Sie Ihre Mitarbeiter zu Wort kommen. Oder sprechen Sie als Unternehmer ebenso gut selbst. Begeben Sie sich als Unternehmer auf Augenhöhe mit ihrem Zuschauer und lassen Sie den Chef kurz mal weg. Es muss nicht immer der Oscar prämierte Schauspieler sein. Doch denken Sie immer daran, Ihre Kernaussage nicht aus den Augen zu verlieren.

3. Gute Planung, gutes Ergebnis

Es wird ernst, Sie haben eine Idee die es umzusetzen gilt. Die konzeptionelle Arbeit ist der Grundstein für Ihren Film. Der wichtigste Tipp hierbei - arbeiten Sie von Anfang an mit Profis zusammen. Eine strukturierte Planung und Konzeption erspart Ihnen viel Arbeit, Nerven und vor allem Budget. Wie bei vielen Dingen gilt: Gut geplant ist halb gedreht. Wundern sie sich nicht. Bei Filmen ist 70% Vorplanung und 30% Realisierung.

geomarfilm
AGENTUR FÜR BEWEGTBILD

4. Storytelling ist das A und O.

Seien Sie mutig und probieren Sie etwas aus. Eine unterhaltsame, kreative Story packt den Zuschauer und lässt ihn nicht mehr los. Beim Unternehmensfilm ist es eine Mischung aus, zwar inszenierten Einstellungen, aber auch echten und authentischen Inhalten mit ebenso reportagigem Charakter. Überzeugen Sie durch ihre Echtheit. Das kann kein Schauspieler. Denn das ist es was Sie wollen - eine Dramaturgie. Ihr Film soll Spannung erzeugen, er soll überraschen, überwältigen, er soll dem Zuschauer Spaß machen und Emotionen wecken. Langweilige 0815 Filme sind leider immer noch weit verbreitet. Kreieren Sie etwas Besonderes, etwas Sehenswertes mit Herz und Verstand. Erzählen Sie die Geschichte ihres Unternehmens wie den schönsten oder auch emotionalsten Moment in ihrem Leben.

5. Die richtige Bildsprache macht's aus

Auch bei der Bildsprache gilt, wer nichts wagt der nichts gewinnt. Eine langweilige Aneinanderreihung von Bildern über die ein Off-Sprecher überflüssige Informationen zum Besten gibt, ist so ziemlich das Gegenteil von dem was Sie wollen, oder? Es geht um einzigartige Kameraeinstellungen, mit dem richtigen Timing geschnitten und einer passenden Musik unterlegt - so wird ein Film daraus. Ihrer und unserer Kreativität bei der Visualisierung einer Story sind kaum Grenzen gesetzt. Fordern Sie stets das beste Ergebnis und lassen Sie sich nicht mit mittelmäßigen, langweiligen Bildern abspeisen.

6. Emotionen beim Zuschauer erwecken.

Sie können Emotionen in Ihrem Film nicht nur durch Mitarbeiter zeigen, welche erzählen wie sehr sie für ihren Beruf brennen und wie sehr sie sich in Ihrem Unternehmen wohlfühlen. Darüberhinaus kann ihr Film durch ein perfektes Zusammenspiel aus Storytelling, einer unverwechselbaren Bildsprache und Authentizität Emotionen beim Zuschauer wecken. Genau so soll es sein, denn was das Herz berührt oder Sie zum Lachen bringt bleibt im Kopf. Und das ist das Ziel.

7. Ihr Film soll echt sein.

Bleiben Sie authentisch und greifbar. Das Naheliegende ist meistens das Beste. Oft kann man auf eine komplexe Story verzichten. Fühlt es sich echt an und sieht es echt aus - das bringt Ihre Kunden dazu sich mit dem Film und Ihnen zu identifizieren.

geomarfilm
AGENTUR FÜR BEWEGTBILD

8. Lassen Sie Profis ans Werk.

Unnötige Kosten vermeiden ist natürlich eine wichtige Sache und ist durchaus machbar. An der Umsetzung Ihres Unternehmesfilm zu sparen bewirkt, aus unserer Erfahrung, das genaue Gegenteil. Deshalb lassen Sie Profis ans Werk. Von Kostenkalkulation im Vorfeld, Konzeption, Dreharbeiten bis zum fertigen Film sollte Ihnen unbedingt jemand mit dem nötigen Know-How zur Seite stehen.

9. Machen Sie sich im Vorfeld Gedanken über die Platzierung

Na klar, ihr Unternehmensfilm sollt auf jeden Fall Präsenz auf ihrer Internetseite zeigen. Doch darüber hinaus gibt es noch weitere vielfältige Möglichkeiten ihre Zuschauergruppen so einzugrenzen, dass auch genau ihre Zielgruppe ihre Inhalte sieht.

Dies ist in erster Linie eine Frage der Platzierung. Vor der richtigen Platzierung und Vermarktung sollten Sie sich fragen, wer Ihren Film sehen kann und soll. Neue Fachkräfte, bestehende Kunden, Neukunden oder soll er zur internen Kommunikation dienen?

Dieser Punkt geht Hand in Hand mit Punkt eins. Lassen Sie sich auch hier wieder von Profis helfen. Die digitale Welt entwickelt sich rasend schnell, da ist es manchmal nicht leicht zu wissen welche Videoplattform man benutzen soll, welches Format der Film haben muss, welche Hashtags oder Verlinkungen wichtig sind und wie man seinen Content stetig pflegt. Bei all diesen Dingen und darüber hinaus muss es jemanden geben der ihnen diese Arbeit abnimmt.

10. Wählen Sie die richtige Produktionsfirma aus

Schauen sie sich die zukünftigen Macher ihres Unternehmensfilms genau an. Schauen Sie dabei immer auf ihre Ziele. Jeder bringt andere Features mit und jeder Filmemacher ist anders. Wichtig ist, dass Sie mit ihrem Film ihre Ziele erreichen und dazu gehört noch etwas mehr als nur kreativ sein.