



# BERG

## FILMPRODUCTIES

### 7 vragen die je MOET stellen aan filmmakers voordat je die inhuurt



**Peter Berg**

Bedrijfsdocumentaires en bedrijfsfilms

06-55956597

©Copyright 2015 Berg Filmproducties

# INHOUDSOPGAVE

- 3     Introductie
- 4     Onderzoek/Research

## **VRAGEN AAN DE FILMMAKER**

- 5     Vraag 1: [Welke mogelijkheden en kosten ?](#)
- 7     Vraag 2: [Belangrijkste onderdeel bedrijfsfilm?](#)
- 9     Vraag 3: [Waarom ben jij de ideale filmmaker?](#)
- 11    Vraag 4: [Tijd voor persoonlijk contact met mij?](#)
- 12    Vraag 5: [Tijdsbeslag en de hinder van de opnames?](#)
- 13    Vraag 6: [Boodschap optimaal vorm geven en promoten?](#)
- 14    Vraag 7: [Hoe krijg ik de film aangeleverd?](#)
- 15    Samenvatting
- 16    Aanbieding
- 17    Conclusie

## INTRODUCTIE

Leuk dat je bent geïnteresseerd in mijn E-Book, waarin ik de belangrijkste 7 vragen behandel die je MOET stellen aan filmmakers voordat je ze inhuurt. Ik hoop dat dit je helpt om een juiste keuze te maken en je daarmee optimaal kan profiteren van de kracht van videomarketing. Naar mijn mening cruciaal in de communicatie. Veel leesplezier !



**De huidige maatschappij kan niet meer om film of video heen !** Het gebruik hiervan in de particuliere en zakelijke markt neemt razendsnel toe. Na de overname door Google in 2006 groeide het videoplatform Youtube uit tot de een na grootste zoekmachine in de wereld.

Tallose studies en onderzoeken hebben aangetoond dat de **aanwezigheid van film of video in de marketing duidelijk helpt.** Hiermee wordt je opgemerkt, langer bekeken, "leuk" gevonden en vertrouwd. Dit levert je uiteindelijk meer klanten, omzet op.

Het helpt als jouw doelgroep in die communicatie een betrouwbaar beeld heeft van jou en jouw bedrijf. Benader daarin de werkelijkheid alsof mensen jou in persoon ontmoeten en in jouw bedrijf rondwandelen! Met een video-pitch en/of een bedrijfsfilm kan je dit gevoel, die eerste indruk, overbrengen.

## ONDERZOEK/RESEARCH

Het is van het grootste belang om de juiste, waarheidsgetrouwe boodschap van jouw onderneming op film over te brengen. Het vergt van de filmmaker een grondige voorbereiding om het DNA van jouw onderneming in kaart te brengen.

De filmmaker zal dus kundig moeten zijn in het doorgronden van de onderneming. **Met bijna 30 jaar ervaring als bedrijfsanalist** heb ik talloze ondernemingen en bedrijfstakken geanalyseerd.

Nadat de voorbereidingsfase op een degelijke manier is afgerond moeten de filmopnames vervolgens exact volgens het filmplan worden uitgevoerd. Alleen dan kan met zekerheid worden gesteld dat het **DOEL** wordt bereikt.

Gelet op de aangetoonde kracht van videomarketing is het dan inmiddels geen kwestie meer **OF** je gevonden wordt, maar **WANNEER** je gevonden wordt.



Dit hangt af van de mate waarin jij je als persoon en als onderneming bloot wilt geven en aan de vakmanschap van de filmmaker die dit gevoel kan overbrengen.

Het is dus van groot belang om de juiste filmmaker te vinden. De volgende 7 vragen helpen je om de juiste keuze te maken.

# Vragen aan de filmmaker

## Vraag 1

Ik twijfel nog of ik gebruik wil maken van audiovisuele communicatiemiddelen. Welke mogelijkheden bied jij aan en wat zijn de kosten ?

Iedere ondernemer zou wel een bedrijfsfilm van bioscoopkwaliteit willen hebben, maar dat is voor de meeste ondernemingen financieel gezien niet haalbaar.

Gelukkig zijn filmmakers in verschillende pluimages te vinden, ieder met zijn eigen kostenplaatje.

1. De **Doe-het-zelver**: met een smartphone kan tegenwoordig gefilmd worden. Resultaat: laat op alle fronten te wensen over. Consequentie: afbreuk aan de professionele image van je onderneming.

Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: nihil.

2. De **Hobbyist**: heeft de basisapparatuur om te filmen, maar ontbeert de vakkennis en fijne kneepjes. Resultaat: is op alle fronten 'net-niet'. De film maakt geen indruk en voegt niets toe aan je onderneming.

Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: vrijwel nihil.

3. De **Semi-Pro**: is niet full-time als filmmaker bezig, maar wordt zo nu en dan ingeschakeld. Kan ook uit het eigen personeel komen. Resultaat: overall aardige indruk voor video blogs en registraties van jubilea, speeches en personeeluitjes. Mist de finesse en uitstraling voor een bedrijfsfilm.

Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: €300-999.

4. De **Freelance-Pro**: full-time filmmaker. Beschikt over de specifieke vakkennis en noodzakelijke professionele apparatuur. Resultaat: op alle fronten een waardevolle bedrijfsfilm. Grote variatie in opleiding, talent, specialisatie, tijdsdruk en aandacht. De **CAMJO** (Camera Journalist) neemt hier een speciale plaats in. Hij is zowel regisseur, cameraman, geluidsman, belichter, interviewer als editor tegelijk. Hij is speciaal opgeleid om het hele filmtraject zelfstandig uit te voeren (een één-mans-ploeg). Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: €1000-7999.

5. De **Video Productie Studio**: filmorganisatie gericht op totaaloplossingen met inzet van toptalenten en hoogprofessionele apparatuur op ieder onderdeel van het filmproces. Resultaat: indrukwekkende en onderscheidende bedrijfsfilm. Perfectionisme en filmploegen kunnen beslag leggen op een onderneming. Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: €8000-50000.

6. De **Filmstudio**: maakt de bioscoopfilms die iedere ondernemer voor ogen heeft. Resultaat: een in alle details perfecte bedrijfsfilm. Alleen weggelegd voor multinationale ondernemingen met een topbudget voor marketingcampagnes. Kosten voor een bedrijfsfilm van ca. 2 minuten: >€100000.

De bovenstaande categorieën en bijbehorende kostenplaatjes zijn slechts grove benaderingen van het totale aanbod. Als ondernemer geeft het wel een goede indruk over de mogelijkheden. **Die mogelijkheden zullen afhankelijk zijn van het budget wat beschikbaar is voor marketing en communicatie.**

Uiteindelijk zal er ook een vertrouwensband met de filmmaker moeten ontstaan om met hem in zee te gaan. Dat kan alleen door filmmakers aan te spreken of te contacteren. Zij zullen met alle plezier even vrijblijvend om de tafel willen zitten om de mogelijkheden te bespreken.

# VRAGEN AAN DE FILMMAKER

## VRAAG 2

Wat vind jij als filmmaker het belangrijkste onderdeel in het maken van een bedrijfsfilm?

**Zorg ervoor dat je een filmmaker kiest die de voorbereiding van de film het belangrijkste element vindt.** Dat geeft namelijk aan dat er ruime aandacht wordt besteed aan het doorgronden van de kernwaarden en drijfveren van jouw onderneming. Daarmee kan het DOEL van de film veel beter worden ingekleurd.



In deze **onderzoek- of researchfase** worden onder meer de volgende aspecten onderzocht.

- In welke markt opereer je?
- Wie zijn de concurrenten en hoe profileren die zich?
- Op welke manier kan jouw bedrijf zich daarin onderscheiden?
- Wat zijn jouw kernwaarden, missie en visie?
- Wat zijn de vorderingen op gebied van MVO?
- Welke onderscheidende producten en/of diensten bied je aan?
- Wie en wat zijn de mensen achter jouw bedrijf?
- Wat is je focus, wat is je strategie, wat is je huisstijl?
- Wat straal je uit?

**Veel filmmakers vinden –onterecht- de technische kwaliteit van de filmopname en creativiteit het belangrijkste onderdeel.** Zij beschikken over “de beste cameramensen en de beste filmapparatuur om uw onderneming mooi op video te presenteren”.

De beelden kunnen nog zo mooi en creatief zijn, het geluid spatzuiver, het onderwerp prima in het kader en het gemonteerde eindresultaat nog zo ritmisch en melodieus, maar als de film zijn doel voorbij schiet heb je er weinig aan.



**Vooraf zal er goed over moeten worden nagedacht wat het DOEL van de film is.**

- Wat wil je precies laten zien en horen van jezelf of je bedrijf?
- Wie en wat wil je bereiken met je film?
- Welke indruk moet de film achterlaten bij de kijker?
- Waar wil je de film laten zien om jouw doelgroep te bereiken?

Dit vergt dus de nodige voorbereiding. Dit belangrijkste onderdeel van het filmproces vatten veel filmers te licht op of laten het zelfs achterwege.



# VRAGEN AAN DE FILMMAKER

## VRAAG 3

Waarom ben jij de ideale filmmaker om mijn onderneming te filmen?

### Ideaal is een filmmaker die:

- extra belangstelling toont om jouw onderneming vooraf in de vingers te krijgen;
- die goed op de hoogte is van de ontwikkelingen in jouw bedrijfstak;
- die persoonlijke aandacht geeft en die de 'extra mile' gaat om een voor beide partijen zo optimaal mogelijk resultaat te halen.

Deze eigenschappen zal je het snelst tegenkomen bij **zelfstandige freelance filmmakers**. Ze zijn flexibel wat betreft tijd en aandacht voor hun filmprojecten. Het leveren van toegevoegde waarde is voor hen belangrijker dan (film)volume en omzet draaien. In principe worden filmprojecten volledig eigenhandig ter hand genomen (de **CAMJO**) of eventueel wordt hulp ingeroepen van samenwerkende flex-partners.



Deze zelfstandige freelance filmmakers hebben doorgaans een speciale band met hun doelgroep, ontstaan vanuit hun verleden en/of hun passie. Het opbouwen van een langdurige relatie met hun opdrachtgevers is voor hen heel belangrijk. Door hun specialisatie bouwen ze een enorme expertise en doelgerichtheid op in hun niche.

**Filmproductiebedrijven** zijn daarentegen veelal breed georiënteerd als het om hun doelgroep gaat. Ze gaan er vanuit dat voor welk soort bedrijf dan ook er altijd wel een gepast filmbeeld kan worden gemaakt.

Alleen op deze grootschalige manier kunnen ze de hoge kosten terugverdienen. Hun bedrijfskosten worden opgestuwd doordat ze:

- opereren vanuit een eigen filmstudio annex hoofdkantoor;
- gespecialiseerd personeel in dienst hebben voor regie, script, productie, camera, licht, geluid en montage;
- fors investeren in apparatuur voor opname- en montage.

Dat komt allemaal wel heel professioneel over, maar doorgaans laat zich dat ook vertalen in een gepeperde rekening ! En dan moet je nog maar afwachten of het **DOEL** van de film wordt bereikt.

# VRAGEN AAN DE FILMMAKER

## VRAAG 4

Hoeveel tijd ga jij reserveren om een persoonlijk contact met mij te onderhouden?

Een hele belangrijke vraag om te stellen ! De ideale filmmaker zal het erg op prijs stellen als je een persoonlijk contact –zeker voor langere tijd- in gedachte hebt. Het maken van bedrijfsfilms is namelijk niet een eenmalig iets, maar een kwestie van meegroeien met de ontwikkelingen die jouw onderneming doormaakt. **Hoeveel tijd ? Het enige antwoord luidt: “zolang als maar mogelijk is om het gezamenlijke DOEL te bereiken”.**

Filmen is per definitie emotie. De filmmaker probeert met zijn beelden iets teweeg te brengen bij de kijker, een moment van herkenning, van menselijkheid, van echtheid. Er moet dus wel langere tijd een hecht persoonlijk contact zijn tussen ondernemer en filmmaker om deze emoties eerst te kunnen herkennen en dan te vertalen op film.

**Het overbrengen van een betrouwbaar beeld is cruciaal.** Continue wordt er getoetst of je er als ondernemer van bewust bent wie je bent en van je gedrag ten opzichte van anderen. Voor een goede beoordeling hiervan wil men recht in de ogen van de ondernemer en in de ziel van de onderneming willen kijken. Er dat vergt een nauw contact tussen ondernemer en filmmaker.

Duidelijk is dat vluchtige, ad-hoc contacten met filmmakers niet volstaan om optimale resultaten te halen. De ‘emotionele’ lading van de films zal oppervlakkig blijven, waardoor die zijn DOEL voorbij schiet.

# VRAGEN AAN DE FILMMAKER

## VRAAG 5

Hoe groot is het tijdsbeslag en de hinder van de opnames?

Doorgaans moet je er rekening mee houden dat de **filmopnames zelf ongeveer een half dagdeel (4 uur) in beslag nemen.**

Voor de opnames zelf trekt de filmmaker de hele dag uit in zijn agenda. Immers, voorkomen moet worden dat opnames onder tijdsdruk niet naar volle tevredenheid worden afgewerkt.

Je weet nooit van tevoren welke onverwachte situaties zich voordoen tijdens de opnames. Wisselende weersomstandigheden, opnames die keer op keer overgedaan moeten worden tot ze perfect zijn, storende geluidsbronnen (vliegtuigen, treinen, toeterende auto's etc.), lichtbronnen die het plotseling begeven en opdrachtgevers die weggeroepen worden zijn zomaar een paar voorbeelden hiervan.

Aan het eind van deze filmopnamedag moet de filmmaker er zeker van zijn dat hij alle filmbeelden heeft, conform hetgeen in het filmplan beschreven. Naast het tijdsbeslag moet rekening worden gehouden met de hinder binnen de onderneming van de opnames. **De hoeveelheid hinder verschilt per filmmaker.** Komt die met een hele filmploeg van zo'n man of zes (regisseur, cameraman, geluidsman, belichter, grimeur, materiaalman) binnen, dan staat je onderneming meteen voor een paar uur stil.

Een zelfstandige filmmaker zal veel minder hinder opleveren, zeker als hij een **CAMJO** is (een zelfregisserende één-mansploeg). Hij probeert zo onzichtbaar mogelijk te opereren, wat ook nog eens een extra voordeel oplevert. De beelden zullen veel authentiekter overkomen omdat mensen zich minder bewust zijn van de camera.

# Vragen aan de filmmaker

## Vraag 6

Hoe kan je mij helpen om mijn boodschap optimaal vorm te geven en te promoten?

**Een boodschap krijgt vorm door de beelden (de technische kant) en het verhaal in de bedrijfsfilm.** Dit moet zijn gebaseerd op het DNA van de onderneming. Het moet antwoord geven op fundamentele vragen als: wie zijn we, waarom kiezen klanten voor ons, waarom werken mensen voor ons?

**Een optimale vorm om een boodschap door te geven is 'storytelling'**, maar is niet zomaar voor ieder bedrijf toe te passen. Het verhaal moet intern zijn gestart, vervlochten zitten in de onderneming en consequent worden uitgedragen. **Kies te allen tijde voor een professionele storyteller** om jouw bedrijfsverhaal optimaal te laten bewerken en te benutten. De inzet van **bewegende beelden of animatie** om dit verhaal uit te beelden speelt hierbij een belangrijke rol.

Een boodschap optimaal promoten bereik je niet door de bedrijfsfilm alleen op je website te plaatsen. Er moet een plan zijn om de bedrijfsfilm strategisch in te zetten in jouw marketing. Social media is een uitermate geschikt medium om optimaal de kracht van videomarketing te benutten.

Ook hier is de **inzet van een social media expert noodzakelijk**. En dan bedoel ik niet een expert die de strategie bepaalt en jou óf verder laat zwemmen óf je alles uit handen neemt. Nee, dit moet een expert zijn die jou en je onderneming stapsgewijs begeleidt in de theoretische en praktische toepassing van jouw audiovisuele ondernemingsverhaal in social media. Zodat jouw onderneming dat uiteindelijk helemaal zelf kan uitvoeren en optimaliseren.

# Vragen aan de filmmaker

## Vraag 7

Hoe krijg ik de bedrijfsfilm aangeleverd en zijn er specifieke voorwaarden om de bedrijfsfilm te mogen gebruiken?

Nadat de bedrijfsfilm is gemonteerd en gefiatteerd kan die op verschillende manieren worden aangeleverd. Dit kan zowel online (via het internet) als offline (via DVD of USB-stick).

Houd in de aanlevering ook rekening met de verschillende beeldkwaliteiten, afhankelijk van waar de film op afgespeeld gaat worden. Elke video die bekeken wordt is opgeslagen via een compressie. Dat zorgt ervoor dat de film zo min mogelijk ruimte in neemt en er toch zo mooi mogelijk uitziet.

**Vraag in ieder geval voor je eigen archief een aanlevering in het hoogst mogelijke bestandsformaat in High Definition (HD).** Goed bruikbaar zijn bijvoorbeeld AVI of MOV (de Apple variant van AVI) bestanden voor het afspelen op grotere TV- of computerschermen.

Afhankelijk van de afspeelapparatuur zijn daarnaast andere, meer gecomprimeerde bestandsformaten mogelijk. **De makkelijkste manier om films te delen is het uploaden op het videoplatform Youtube.** Dit kan je dan ook gebruiken voor je videomarketing op je website en social mediakanalen (Facebook, Twitter, LinkedIn etc.). Voor het afspelen op DVD, Blu-Ray, Playstation, USB-stick, smartphone, MP4-speler of tablet zijn weer specifieke bestandsformaten geschikt.

Vraag aan de filmmaker ook altijd tegen welke voorwaarden de aangeleverde bedrijfsfilm door jou te gebruiken is. De beeldrechten van de geproduceerde film blijven namelijk doorgaans in handen van de filmmaker. Denk aan eigen gebruik, doorgeven aan derden, wijzigingen, tijdsduur, vertoningrechten etc.

## SAMENVATTING

Met het stellen van dergelijke vragen aan de filmmaker kom je goed beslagen ten ijs om te profiteren van videomarketing. Als ondernemer zal jouw transparantie en communicatie daardoor zienderogen verbeteren.



**Met de antwoorden op deze vragen zal je de juiste keuze maken** wat betreft categorie filmmaker en het bijbehorende kostenplaatje. Je komt te weten hoeveel aandacht de filmmaker aan jouw onderneming zal schenken in de voorbereiding en hoeveel persoonlijke aandacht gedurende en na het hele proces. Je zal weten hoeveel hinder de filmopnames in jouw onderneming zullen geven, hoe jouw boodschap optimaal kan worden vormgegeven en gepromoot en hoe de film zal worden aangeleverd.

Ben je nieuwsgierig welke antwoorden Berg Filmproducties op deze vragen zal geven? Neem dan vrijblijvend contact met mij op.

**BEL 06-55956597 !!**

**E-MAIL [info@bergfilmproducties.nl](mailto:info@bergfilmproducties.nl) !!**

## CONCLUSIE

Ik hoop dat mijn E-Book je heeft gestimuleerd om het gebruik van film/video in jouw communicatie te overwegen of extra aan te zetten.

Zo ja, dan hoop ik dat je hiermee geholpen bent om een juiste keuze voor een filmmaker te kunnen maken.

Opmerkingen en/of reacties over dit E-Book zijn van harte welkom ! Mijn e-mailadres is [info@bergfilmproducties.nl](mailto:info@bergfilmproducties.nl).

Bedankt voor de interesse in dit E-Book en vergeet niet om mij te bellen voor vrijblijvend contact (06-55956597).



Peter Berg

Eigenaar/oprichter Berg Filmproducties