

Reklamefilm



Film gør noget ved mennesker. Og ved dine (potentielle) kunder. Og så kan en reklamefilm noget, som selv de flotteste annoncer og tryksager ikke kan: Den kan slippe ind. Både under huden og gennem brevsprækker, hvor reklamer normalt ikke er velkomne.

Hvor mange tryksager modtager du hver eneste dag? På kontoret? Og i postkassen derhjemme? Sikkert nok til, at du er blevet temmelig kritisk – og med garanti rigeligt til, at du sorterer med hård og konsekvent hånd. Dine potentielle kunders verden ser præcist ligesådan ud. Det findes der heldigvis råd for: En reklamefilm kan hverken forsvinde i stakken af reklametryksager eller ende sine dage i affaldskurven. Den dukker op hvor og når den vil: For eksempel på din hjemmeside, på TV, på YouTube. Og sætter sig fast. På nethinden og under huden. Det kan ses på bundlinjen hos de virksomheder, der allerede er gået til reklamefilmen.

Opgaven

I skal lave en reklamefilm for et selvvalgt produkt og I skal arbejde I grupper på 3 eller 4.

(Ingen arbejder alene – jeg forbeholder mig al mulig ret til at ændre på grupper eller tilføje medlemmer til eksisterende grupper!)

Krav til filmen:

- Varighed mellem 30-40 sekunder
- Skal indeholde levende billeder og speak (evt. Musik)
- Der skal være nærbilleder af produktet
- Der skal være mindst 3 forskellige klip/scener

I skal arbejde I forskellige faser som er beskrevet på de kommende sider.

I disse faser skal I lave:

- **Idegenerering** (brug gerne metoderne fra innovationsprojektet). Ideerne skal præsenteres I en popplet
- **Storyboard** – samtlige klip skal tegnes ind sammen med tilhørende tekst/speak, rekvisitter m.m.
- **EFU-model** om jeres produkt.
- **Selve filmen**

Afleveringsfrist onsdag den 28/1 kl.14.00

**Fredag den 30/1 skal I fremlægge for mig gruppevis fra kl 10.30-14.00.
Timerne fra**

08.00-10.15 bruges til at forberede fremlæggelsen.

Til fremlæggelsen skal I (som minimum):

- Vise jeres film
- Redegøre for de forskellige faser
- Prsentrere en minianalyse af jeres reklamefilm
- Redegøre for hvilke modeller, virkemidler, argumentationskveb m.m. I har brugt I arbejdet med reklamefilmen.

Processen

Arbejdsprocessen:

Når I laver jeres reklamefilm skal I igennem forskellige faser i processen.

1. Idéfasen
2. Tegne/skrivefasen
3. Optagelse
4. Redigering

Idéfasen

Her skal I allerførst finde ud af hvilket produkt I vil lave en reklamefilm for. Når I har fundet et produkt, skal I lave en brainstorm vha. *Popplet*, hvor I afprøver forskellige ideer.

I skal i denne fase også overveje hvilke virkemidler og argumentationsknob I vil bruge i jeres reklame.

I skal også overveje hvilken type reklame I vil lave (informativ, overtalende, salg)

Det er også nu I skal finde ud af hvilke locations og rekvisitter I vil bruge.

Tegne/skrivefasen

Nu skal I lave jeres storyboard:

Storyboardet udformes af storyboard-tegneren, og bruges til at visualisere manuskriptet inden filmen er optaget og klippet sammen. På den måde er det nemmere for f.eks. instruktør og fotograf, at tale om filmens billeder, når de har noget visuelt materiale at gå ud fra.

Inden man tegner storyboardet taler instruktøren og evt. Fotografen sammen med tegneren om idéer til filmen - og ud fra deres tanker, tegnes storyboardet.

Man behøver ikke at være en gudsbenådet tegner for at kunne lave et storyboard.

Det handler om at kunne give et nogenlunde billede af, hvordan filmens billeder kommer til at være, og det kan i princippet gøres ved hjælp af tændstikmænd.

Bagerst er der skabeloner til storyboards samt en miniguide til tændstikmænd.

I skal også lave jeres reklametekst (uanset om det er tekst der skal skrives ind i reklamen eller indtales). Til dette skal I bruge EFU-modellen (tom skabelon bagerst). Brug filerne på showbie i mapperne 'Reklamer' og 'reklameanalyse#2'.

Jo mere detaljeret og gennearbejdet jeres storyboard er jo nemmere bliver næste fase.

Optagelse

I skal optage med udgangspunkt i jeres storyboard og I skal naturligvis optage med jeres iPad. Sørg for at lave rigeligt med optagelser – gerne de samme scener flere gange med små ændringer (tale, vinkel, lys...osv), så I har rigeligt med optagelser at vælge imellem når I skal klippe. Når I optager er det en god ide at markere hvilken optagelse der er tale om – brug et stykke papir hvor I noterer hvilken scene der er tale om ifht jeres storyboard og film det er par sekunder før scenen optages (ligesom et klaptræ...).

Det gør det meget mere overskueligt når I skal redigere filmen.

Sørg for at I optager et sted hvor der ikke er meget baggrundsstøj og ikke er for meget ser forstyrret generelt (rod, tilfældige forbipasserende, snak....osv). Nogle headsets kan desuden bruges som eksterne mikrofoner på iPad når man optager – prøv jer frem og se om lyden er bedre på den måde.

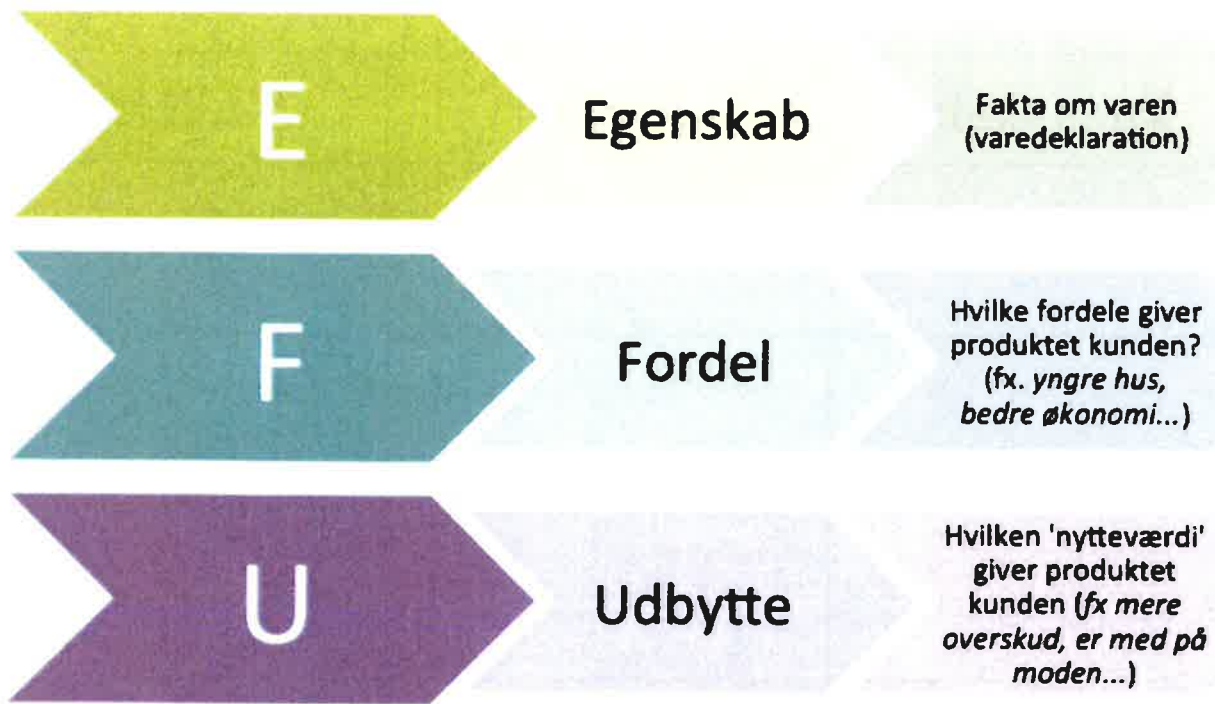
Redigering

Når I skal redigere har I flere muligheder. Jeg vil anbefale *Adobe Clip* eller *iMovie*. Begge apps er simple at gå til. Jeg laver en kort intro til dem på fredag.

God arbejdslyst!



EFU-Modellen



Lav en model over jeres produkt hvor i skriver samtlige egenskaber, fordele og udbytte.

Jo mere gennearbejdet jeres EFU-model er, jo nemmere bliver det at forfatte en god reklametekst. Her er et par eksempler....

Eksempel 'børnetøj'

Egenskab	Fordel	Udbytte
Økologisk bomuld	Allergi-venligt	Mit barn får det bedste
Produceret 'Fair Trade'	Produceret under ordnede forhold	Jeg støtter udviklingen i U-lande

Eksempel 'Kuglepen'

Egenskab	Fordel	Udbytte
Ergonomisk greb	god at holde ved	Undgå skader ved længere tids brug
Vandfast blæk	Smutter ikke af eller går let af...	Kan bruges overalt både inde og ude

Brug skabelonen på næste side!

EFU-Modellen

Egenskab	Fordel	Udbytte

Nu skal I sammenfatte beskrivelserne i EFU-modellen til en reklametekst. Brug det I tidligere har lært om reklametekster og overskrifter

Find det her:

showbie > dansk afleveringer > reklameanalyse#2 > reklameanalyse 2.1

Eksempel på udfyldt storyboard

Filmens titel: Go Carts

Side: 1/2



Beskæring Super Total af Go Cart-bane



Beskæring Total af mekanikere

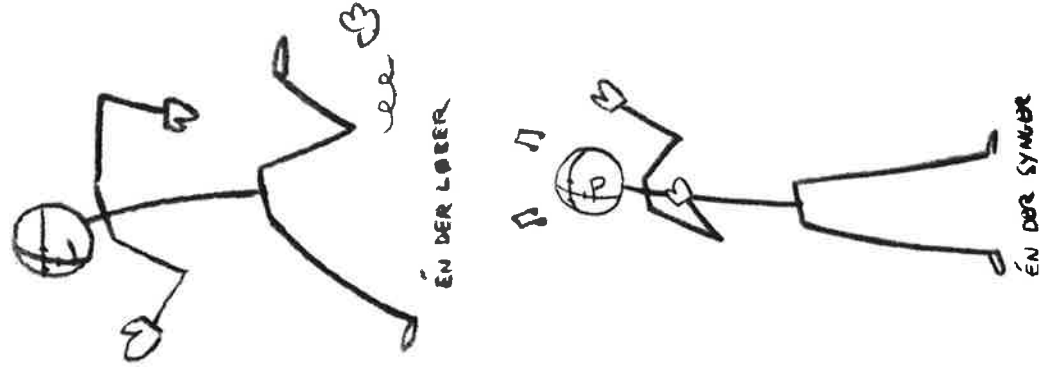
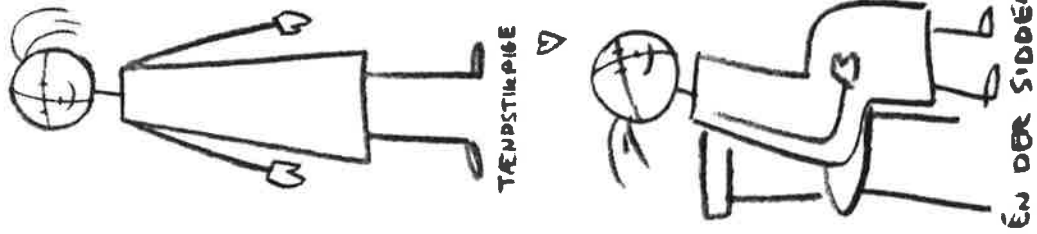
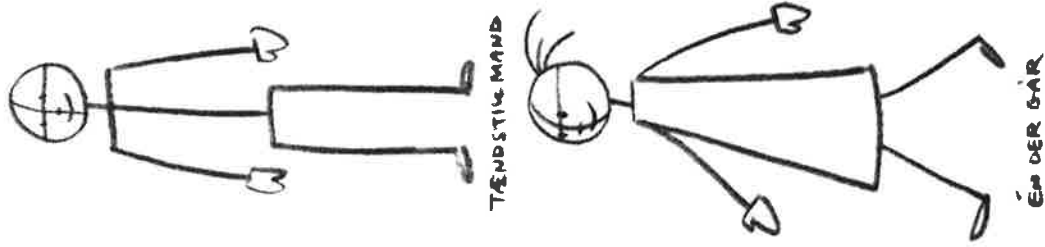


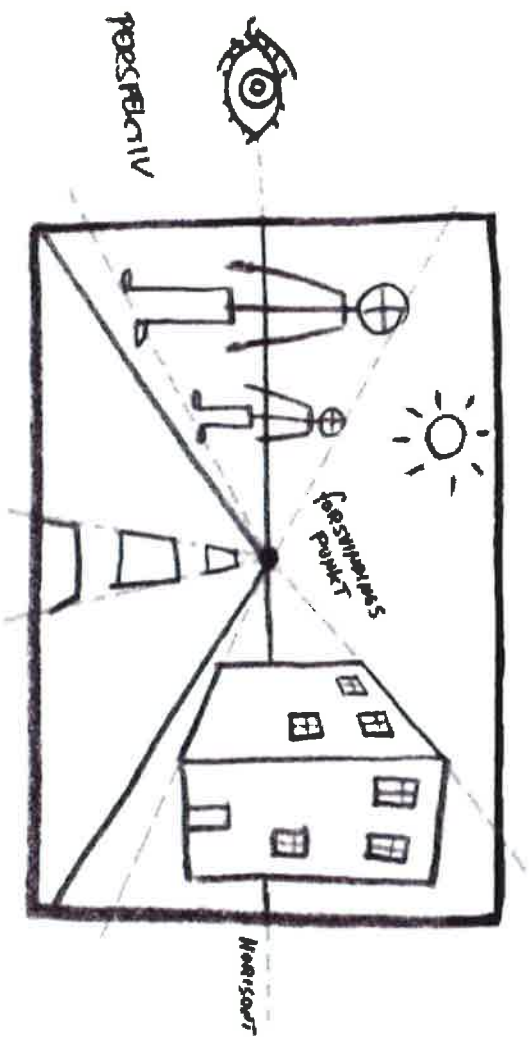
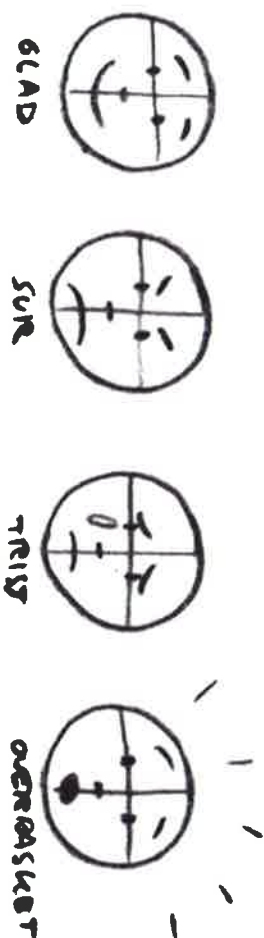
Beskæring Halvnær af official



Beskæring Ultner af karabin på wire

Eksempler på storyboardfigurer

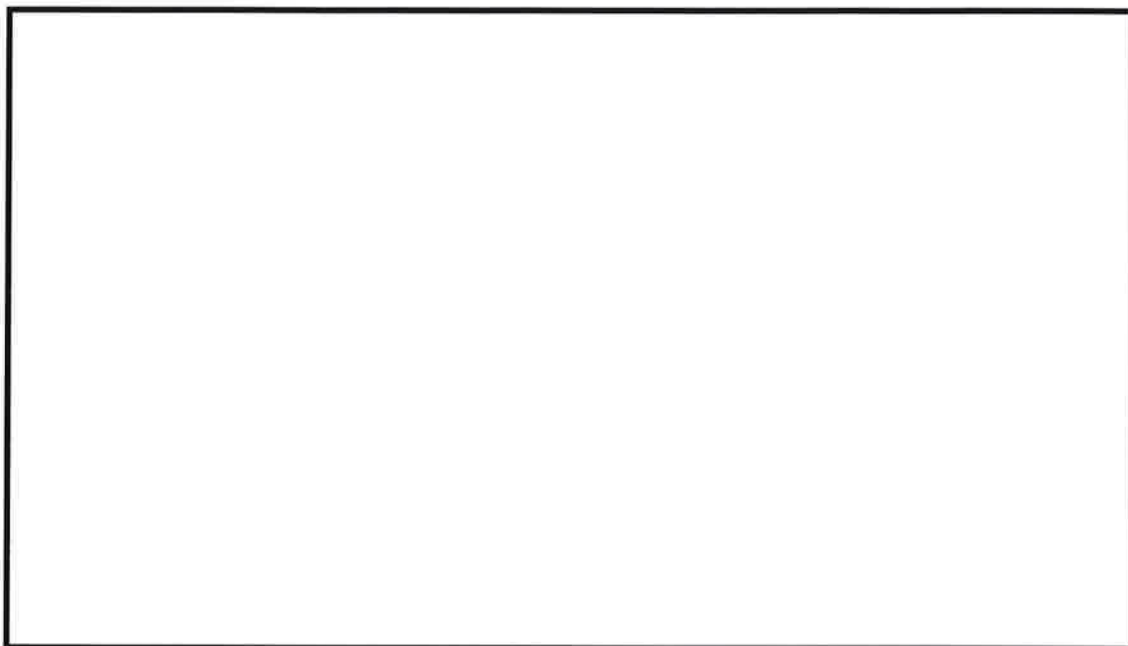




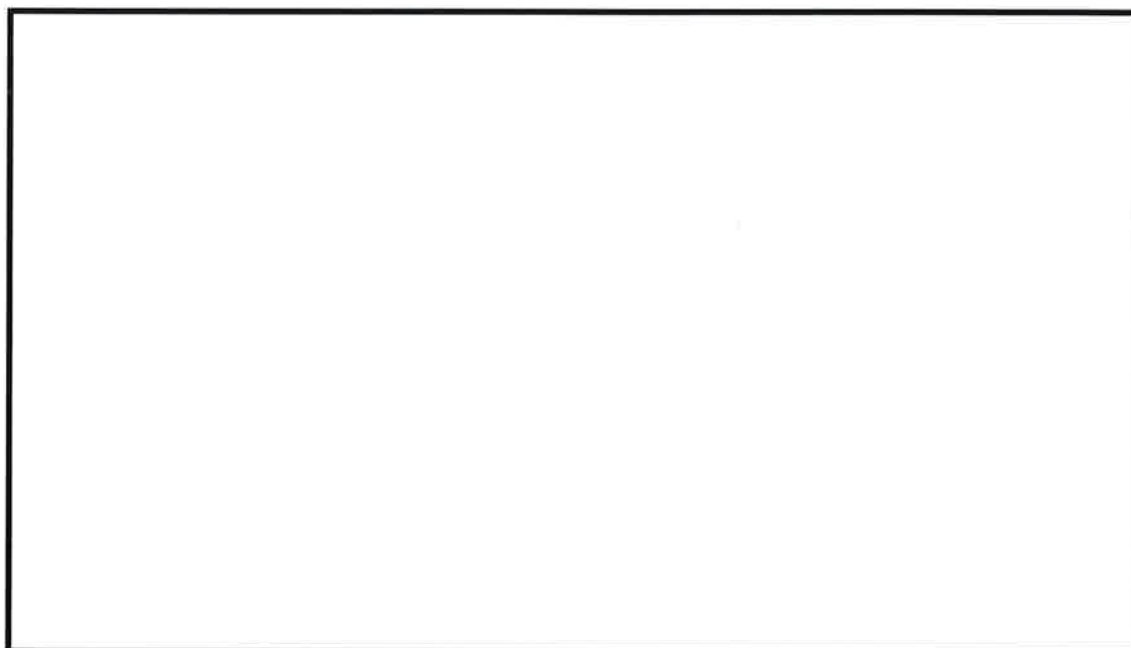
Filmens titel: _____

Side: _____

Beskæring:

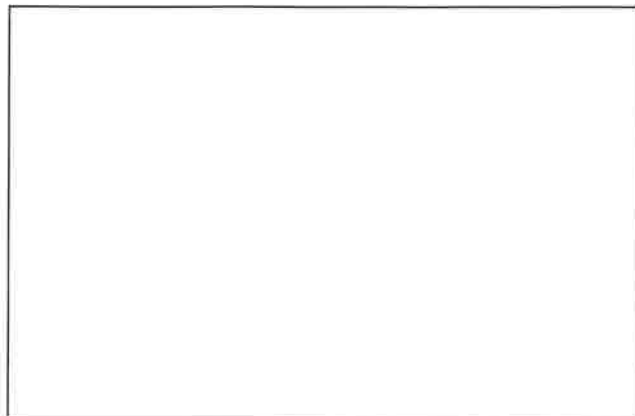


Beskæring:

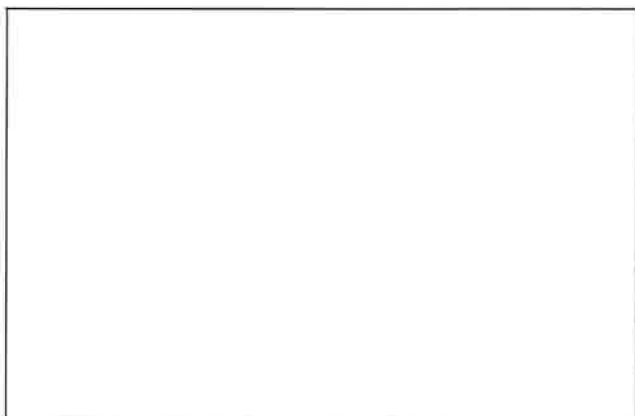


Filmens titel: _____

Side: _____



Beskæring:



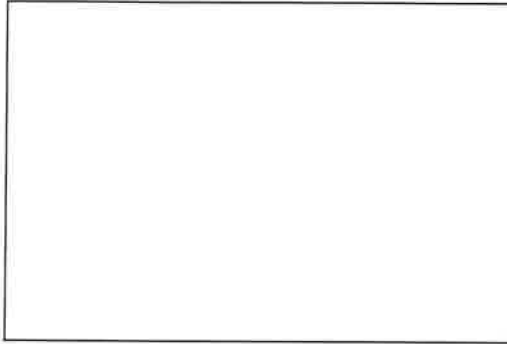
Beskæring:



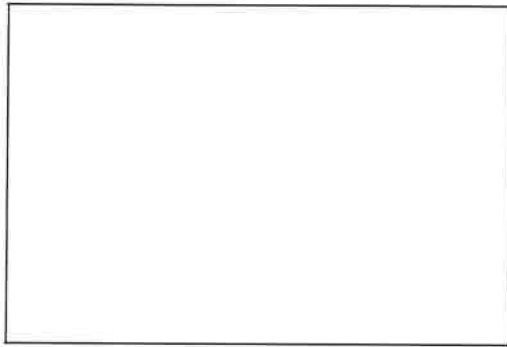
Beskæring:

Filmens titel: _____

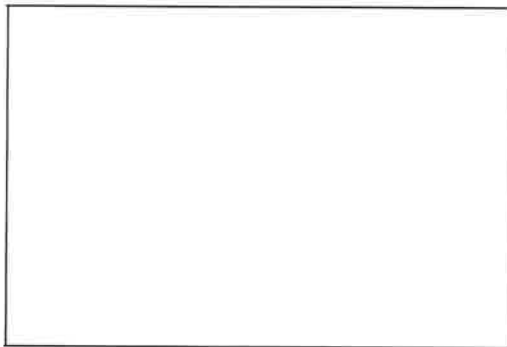
Side: _____



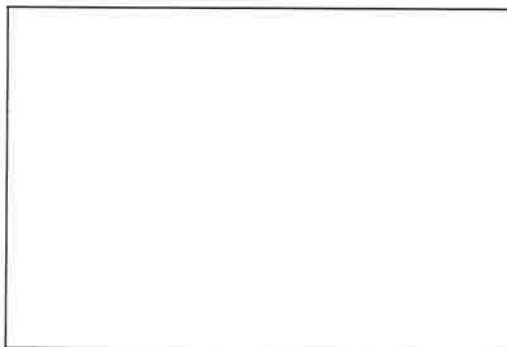
Beskæring:



Beskæring:



Beskæring:



Beskæring: