

## **Planlægning af filmen**

En velgennemtænkt planlægning får processen til at glide bedst muligt. Derfor er det en god ide' på forhånd at udarbejde en produktionsplan, drejebog og evt. et storyboard.

**Produktionsplan** holder styr på alle aftaler, logistik og den overordnede produktion.

**Drejebogen** er en beskrivelse af filmen og historien i grove træk. Spørgsmål til eventuelle interviews skrives ned.

## **Skudliste med tidsplan er vigtig!**

Her er alle "skud"/optagelser kort beskrevet med små noter og ca. tidspunkt, så man husker at få det hele med og overholder sin tidsplan.

**Storyboard** er filmens forløb tegnet i billeder. Det er en hjælp både under optagelserne og bagefter når filmen skal klippes sammen.

## **Hvor lang skal din film være?**

Tålmodigheden på nettet er ikke stor, og en film må ikke vare for længe. Hellere tre film på 2 minutter end én film på 6 minutter! Det vigtigste er, at seeren bliver underholdt og interessen holdt fanget, gennem hele filmen.

## **Hvem skal spille hovedrollen i din film?**

Når din virksomhed skal præsenteres, er et troværdigt billede væsentligt. Her er det en god ide at bruge en direktør, produktchef eller nogle ansatte. Det løfter filmen meget mere, end du tror.

## **Hvor og hvordan skal filmen bruges?**

Hvis din film ikke finder det rigtige publikum er den ikke noget værd! Det er derfor vigtigt, at du har en strategi for, hvor den skal ligge, og hvordan den skal bruges. På YouTube og hjemmesiden, på messen, ved mødepræsentationer eller noget helt fjerde?

## **YouTube, Facebook, Instagram eller Vimeo...**

Hver især har de forskellige platforme deres fordele. YouTube linker til firmaet's hjemmeside.

Det kan betyde meget for søgeoptimeringen på hjemmesiden, da YouTube er ejet af Google, og trafikken fra YouTube kan kanaliseres tilbage til hjemmesiden. Det er en god ide at sætte sig ind i, hvilke platforme og deres muligheder, der passer bedst til jer.