

Projekt Reklamefilm

Kom/IT

18-03-2014

2.y, HTX, EUC Syd Sønderborg

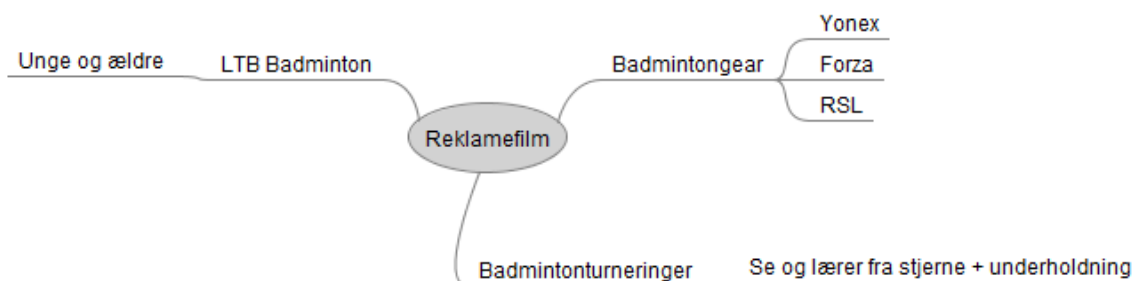
Sahra M. Andersen

BADMINTON 
Lysabild Tandslet

Projektbeskrivelse

Projektet går ud på at der skal udarbejdes en reklamefilm, der reklamere for en virksomhed/institution/produkt, som er selvvalgt. Vha. opbyggende midler som brainstorm, synopsis og storyboard vil man få udformet alt til sit endelige produkt, som er en film på ca. 10-45 sek. Produktet skal kunne sende sit budskab ud på en ordentlig måde og uden for meget støj. Så den skal udsendes på en simpel måde, men stadig med jeres eget budskab. Udover filmen skal der også afleveres en dokumentation og selve storyboardet. I dokumentationen skal de kommunikative valg til filmen både beskrives og argumenteres.

Kommunikationsteori



Idé

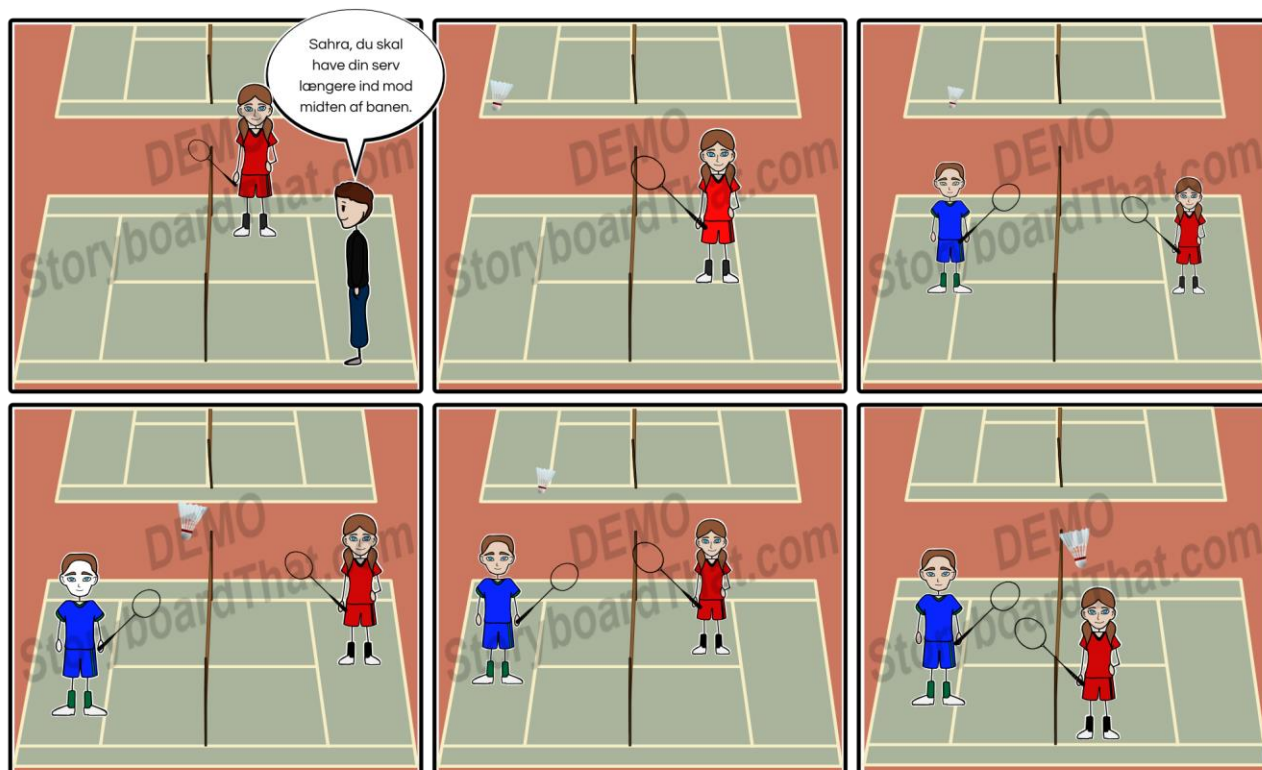
Jeg vil lave en seriøs/spændende/informerende reklamefilm som skal give et budskab om at Lysabild/Tandslet Badminton klub er bedre end andre klubber, fordi vi vil have det sjovt, seriøsitet på hver vores niveau, gode venskaber mellem ældre og kæmpe for vores klub, derfor skal du melde dig ind.

Præmis

Målet er at skaffe flere medlemmer til klubben, så vi kan få flere unge spillere til at føre generationen videre, men også ældre som vil møde nye mennesker og have et socialt fællesskab. Socialt fællesskab giver stærke bånd og god sportsånd. Unge som ældre træner sammen og kan

lærer fra hinanden. Det hele handler om sjov og vi respekterer hinanden, selvom vi er forskellige. Intet kan gøres selv uden at have trænere og venner bag sig.

Pitch



Create your own at [StoryboardThat.com](https://www.storyboardthat.com)

Forløbet går som følgende. Først bliver der kørt servetræning. Derefter vil to spillere spille sammen, hvor den ene laver en serv og den anden laver så drop fra baglinjen. Derefter vil de to spillere så lave en lidt længere kombination. Første server, den anden laver så drop fra baglinjen og den første dropper så oppe ved nettet. Så vil der med andre billeder blive vist lidt om klubben med lidt tekst på, som eks. Træning, sammenhold, support etc. Den slutter så med meld dig ind i LTB.

Har brugt storyboard for at danne mig en sammenhæng af filmen. Det er så godt nok svært at lave et storyboard før filmen, for var ikke sikker på hvordan filmen skulle forløbe. Men det giver et godt overblik efter, for så ved du hvad du havde tænkt og hvordan filmen nogenlunde skulle være.

Målgruppe beskrivelse

Målgruppen som reklamen skal fange er unge som gerne vil dyrke sport, men også ældre som vil have motion og samvær med andre. Unge mennesker som er passioneret efter at nå til tops i en sport, at få nogle gode venskaber og virkelig har lyst til at have det sjovt med et godt fællesskab. Dem der har en stresset hverdag i skolen, på arbejdet eller derhjemme, så er der mulighed for at give slip i klubben med venner og trænere. Dem der vil have det sjovt og bevæge sig, imens de kobler helt af.

Målgruppe analyse

Målgruppen tilhører meget det moderne og det moderne-individorienterede segment. Det er unge og passionerede mennesker. I det moderne segment er de unge ved at opbygge en karriere og sætte præg på udviklingen. De kæmper for at nå til top og bruger gerne flere timer på det. De arbejder hårdt for deres mål. De køber gerne mærkevarer. Og bestemte mærker i sportstøj er mærkevarer. De dyrker gerne sport både for hold og individuelt.

I det moderne-individorienterede segment finder man de unge, der er med fremme. De er dynamiske, karrierelystende og villig til at yde en indsats. Den gruppe består mest af mænd, men som vil yde en indsats for at nå deres mål. De bruger hyppigt aktiviteter udenfor hjemmet og så kan de ses i det pulserende gadebillede. De går meget op i udseendet og derfor bruger de hyppigt sportsklubberne. Selvom de ikke har meget tid, finder de altid tid til familie, venner, sport og ferie. De vil gerne klare skærene selv, hvor badminton kan være en fordel. De er storbrugere af ny teknologi som PC, smartphones og internetsider som Facebook, Twitter, Myspace etc.

Valg af medie og kommunikationsform

I dette projekt var det helt store overordnede en reklamefilm. Så det var ikke et svært valg. Der blev refunderet over hvilken klub, fabrik eller mærke der skulle reklameres for. Det tog ikke lang tid at finde ud af det. Fokuset lå meget på min egen hobby eller yndlings sport. Badminton var selvfølgelig det store emne. Så tænkte jeg på medlemmer til klubben. Perfekt til skabelsen af en reklamefilm.

Kommunikationen skulle være enkel. Så tænkte lidt på KISS modellen. Den skulle også have det rigtige budskab. Og derfor valgte jeg at bruge KANYLE modellen. En simpel model, som gør at det giver lidt fokus på afsenderen, budskabet og så tænke på modtageren. Kommunikationen skal være enkel og ikke langtrukken, for så står de af.

Produktbeskrivelse

Selve reklamefilmen er baseret på filmklip, billeder, tekst og musik. Nogle af filmklippene er der blevet rystet ved under optagelse, så kvaliteten er ikke super. De er lidt uklare i forhold til en optagelse hvor man står stille. Der er brugt lyse farver fra hallen, så det giver en glad stemning. Klippene er ikke redigeret med speciale effekter. De er optaget sådan. Billederne er taget med digitalkamera fra forskellige begivenheder. De kan stadig være lidt uklare, men man kan godt se hvem der er på. Der er ikke lavet nogen rettelser på dem. Der kan være fjernet røde øjne inden de er lagt op. Har fået lov til at tage dem. Alle personerne på billederne er ofte sat direkte i fokus. Dvs. de er i centrum af billedet. Men på nogle tidspunkter er det hele billedet der er fyldt med det relevante. Teksten jeg har gået efter skulle gerne kunne ses, ikke for meget effekt i den. Skriften er af gruppen groteskskrifter. Har valgt at bruge Comic sans, som er en lidt nyere skrift uden seriffer. Denne skrifttype giver et præg af at det ikke er noget tungt læsestof og at der er noget mere spil i det hele. Og så er det også bare pænere. Mit valg af musik til filmen havde meget at gøre med træningen. Jeg valgte at tage en film med lidt beat i, som også kunne bruges til træning. Den er brugt i en film kaldet Honey 2. Sangen hedder "Set it on fire" og er skrevet af Chrissy DePauw. Det meste er melodi, men der er også sang i den. Den er købt på Itunes.

Teknisk teori

For at få lavet produktet er der brugt mit eget digitalkamera til klippene. Det er et godt kamera og det virker godt. Selve det tekniske er mere sket på min egen computer. Har brugt programmet Windows Live Movie Maker. Super simpelt hvis man kan finde ud af det. Nemme måder at klippe i filmen på. Det er nemt at tilføje musik og tekst til billeder og klippene. Det hele er lige til. Og programmet er brugervenligt, hvis man giver sig god tid til at bruge det.

Produktanalyse

De stærke eller vigtigste ting er nok træning, seriøsitet, support, sammenhold og sjove tider lige meget hvem vi er. Alle er velkomne. Har også fokuseret lidt på blandingen af unge og ældre, da de unge har et godt forhold til deres trænere, som de senere kommer til at spille med, når de bliver ældre. Der er for mit vedkommende sat fokus på de ting vi arbejder med i klubben, og det er det vigtigste. Så produktet burde ikke ændres.

Afslutning/konklusion

Jeg kan konkludere at reklamefilmen var god, da en af spillerne fra LTB har set den. Hun syntes om den og var selv med til at hjælpe lidt med den. Nye metoder har været taget i brug og den vil nok blive brugt af klubben selv. Med flere medlemmer, vil LTB også blive mere anerkendt og ses oftere til turneringer. Der bliver brug for flere frivillige og familien bliver større. Så reklamefilmen bliver helt sikkert et stort hit.

Linket til filmen: <https://www.youtube.com/watch?v=19IGcR853pg>