

КОРПОРАТИВНЫЕ И УЧЕБНЫЕ ФИЛЬМЫ

Виды корпоративных фильмов

- Рассказ эксперта
- Учебный фильм
- Имиджевый фильм
- Видеоотчет
- Корпоративные истории
- Сюжетное видео
- Проморолики



- Внутренний PR
- Выставки, конференции, презентации, интернет

Параметры сюжетов

- Продолжительность
- Присутствие рассказчика
- Присутствие компании
- Продукт
- Герой
- Сюжет
- Автор
- Сценарий
- Время действия
- Нарратив
- Количество историй
- Задача
- Формат
- Анимация или спецэффекты
- Серийность



Параметры сюжетов



Параметр	Вариант реализации
Продолжительность	От нескольких минут до получаса.
Присутствие рассказчика	Говорит, действует, закадровый голос, нет в кадре.
Присутствие компании	Сотрудники, мероприятия, объекты, филиалы, опосредовано (нет в кадре).
Продукт	Описание услуги (технологии), демонстрация, выгоды от использования, угрозы от не использования, опосредовано (нет в кадре).

Параметры сюжетов



Параметр	Вариант реализации
Герой	Сотрудник, руководитель, внешний эксперт, клиент, актер.
Сюжет	Игровой (постановочный), документальный, история в развитии, нет сюжета.
Автор	Сотрудник, заказчик, профессиональный сценарист.
Сценарий	Реальный, вымышленный, совмещенный.
Время действия	Прошлое, настоящее, будущее.

Параметры сюжетов



Параметр	Вариант реализации
Нарратив	Анекдот, рассказ, притча.
Количество историй	Одна явная, две явных, явная и скрытая (история с подтекстом).
Задача	Продажа, формирование лояльности, позиционирование (компании, подразделения, человека, продукта, услуги), обучение.
Формат	Репортаж, постановка, репортаж с элементами постановки.
Анимация, спецэффекты, серийность	Есть или нет.

Рассказ эксперта



Короткое выступление авторитетного в компании или отрасли лица, посвященное конкретной технологической разработке, продукту или услуге. Позиция эксперта задается титрами и представлением. Используются тренинговые приемы оживления речи и приемы монтажа. Дополнительным эффектом съемок является формирование позитивного имиджа выступающего в организации.



Два формата «Рассказа эксперта»:

- **«Рассказ для профессионалов».** Понятность языка регламентируется понятийным аппаратом, принятым в профессиональной прослойке.
- **«Рассказ для обычного зрителя».** Донесение некой идеи до конечного потребителя на конкретном и понятном языке.

Рассказ эксперта



- Продолжительность: 3 минуты
- Присутствие рассказчика: говорящий человек
- Присутствие компании: сотрудники
- Продукт: услуга, преимущества и угрозы
- Герой: сотрудник, руководитель, эксперт
- Сюжет: нет
- Автор: сотрудник, заказчик
- Сценарий: реальный
- Время действия: любое
- Количество историй: одна явная
- Задача: формирование лояльности, позиционирование, обучение
- Формат: постановка
- Серийность: несколько или много серий

Учебный фильм



Инструктаж, лекция или фрагмент активных форм обучения, перенесенный на видео. Посвящен аспектам профессиональной деятельности. В учебном фильме сочетается рассказ с демонстрируемыми моделями поведения и иллюстрациями, максимально точно отображающими предмет. Зритель должен получить ответы на вопросы, интерес поддерживается их актуальностью.

Оптимальные условия:

- ❶ Компании, имеющие **широкую филиальную сеть**, сеть дочерних или партнерских компаний. Когда нужно осуществить обучение по продукту.
- ❷ При внедрении **дистантных форм** обучения (если аудитория шире, чем возможности очного преподавания).
- ❸ В деятельности с подвижной и **постоянно обновляющейся нормативной базой**.

Учебный фильм



- Продолжительность: 30 минут
- Присутствие рассказчика: говорящий человек, закадровый голос, действующий человек
- Присутствие компании: сотрудники
- Продукт: услуга, технология (описание, демонстрация)
- Герой: сотрудник, руководитель, эксперт
- Сюжет: игровой (постановочный)
- Автор: сотрудник, сценарист
- Сценарий: реальный
- Время действия: настоящее
- Количество историй: явная и скрытая
- Задача: формирование лояльности, обучение
- Формат: постановка
- Серийность: одна или несколько

Имиджевый фильм



Имиджевые фильмы - средние по продолжительности (от 5 до 15 минут) сюжеты, позиционирующие компанию, достижения и отличительные особенности бизнеса. Может показывать сотрудников, клиентов или менеджеров компании или ее контрагентов (заказчиков, партнеров, поставщиков), а также продукты или технологии. В таких сюжетах могут быть позиционированы представительства, филиалы или структурные подразделения или управленческое звено.

Имиджевые фильмы показывают **достижения сегодняшнего дня**. Снимаются на реальных объектах с элементами постановки (для увеличения силы эффекта). Вместе с сотрудниками к съемкам могут привлекаться профессиональные модели и актеры.

Имиджевый фильм



- Продолжительность: 5-15 минут
- Присутствие рассказчика: нет, закадровый голос
- Присутствие компании: объекты, подразделения, филиалы
- Продукт: опосредовано
- Герой: сотрудник, руководитель, внешний эксперт, клиент
- Сюжет: нет
- Автор: профессиональный сценарист
- Сценарий: реальный
- Время действия: настоящее
- Количество историй: одна или две явных
- Задача: формирование лояльности
- Формат: репортаж с элементами постановки

Видеоотчет



Видеоотчет - целевым образом организованная репортажная или постановочная съемка важных для организации событий. Результатом съемки является смонтированный и озвученный ролик. Ключевым является формат итогового результата.

- Короткий **ролик-клип**, продолжительностью от 2 до 4 минут, показывающий суть происходящего. Ролик может быть посвящен теме или событию по законам тематического или событийного репортажа.

- Дополнительно могут монтироваться **подробные сюжеты** продолжительностью 20-30 минут. Эти сюжеты позволяют всем присутствующим "найти себя в событии", но использование такого материала ограничено.

Целесообразна съемка избыточного материала и монтаж по итогам одного события двух версий сюжетов - основной и расширенной.

Видеоотчет



- Продолжительность: 3-5 минут
- Присутствие рассказчика: закадровый голос
- Присутствие компании: объекты, подразделения, филиалы, мероприятия
- Продукт: опосредовано
- Герой: сотрудник, руководитель
- Сюжет: нет
- Автор: сотрудник, заказчик
- Сценарий: реальный
- Время действия: прошлое
- Количество историй: одна или две явных
- Задача: формирование лояльности
- Формат: репортаж
- Серийность: несколько или много

Корпоративные истории



Корпоративные истории - это средние по продолжительности (от 5 до 15 минут) сюжеты, посвященные раскрытию корпоративной темы. Корпоративная история "отрывается" от разового события и становится частью корпоративной культуры. Она приобретает характер **легенды или символа**, значимого для компании, первого лица или его команды.

По манере подачи главных героев, операторской работе и сценарной проработке, корпоративная история ближе к **документальному кино**, чем к телевизионным новостям. В отличие от сюжетного видео, в корпоративной истории показываются реальные группы или люди (а не роли), хотя при съемке используются элементы постановки. Монтаж позволяет целевым образом управлять акцентами.

Корпоративные истории



- Продолжительность: 5-15 минут
- Присутствие рассказчика: действующий человек, закадровый голос
- Присутствие компании: объекты, подразделения, филиалы, мероприятия
- Герой: сотрудник, руководитель
- Сюжет: документальный, история в развитии
- Автор: профессиональный сценарист
- Сценарий: совмещенный (реальный и вымышленный)
- Время действия: прошлое
- Количество историй: явная и скрытая
- Задача: формирование лояльности, позиционирование
- Формат: репортаж с элементами постановки
- Серийность: одна или несколько

Сюжетное видео



Сюжетное видео - ролики, построенные на ролевой истории или сюжете. Сюжет может быть разработан менеджерами компании, это может быть развитием в цикле роликов темы с выбранным компанией персонажем или экранизация сцен существующего фильма или книги, сыгранная менеджерами компании в развлекательных или (чаще) идеологических целях.

Игры «Снимается кино!»

Технологии, используемые в программах командообразования для диагностики или усиления корпоративной сплоченности. Менеджеры компании участвуют в разработке и съемке роликов, встроенных в мероприятия по активному отдыху или тренинги. Сюжет может быть задан заранее (обычно он шпионский или приключенческий) или придуман съемочной группой в процессе тренинга.

Сюжетное видео



- Продолжительность: 3-5 минут
- Присутствие рассказчика: действующий человек
- Присутствие компании: сотрудники
- Герой: сотрудник, руководитель
- Сюжет: игровой (постановочный)
- Автор: профессиональный сценарист
- Сценарий: вымышленный
- Время действия: любое
- Количество историй: явная и скрытая
- Задача: формирование лояльности
- Формат: постановка
- Серийность: нет

Проморолики



Ролики, рассказывающие о проходящей (или прошедшей) рекламной или промоакции. Отличительной особенностью промороликов является понимание механики акции, без которого невозможно точно отразить все возможные детали.



Обычно к таким деталям относятся:

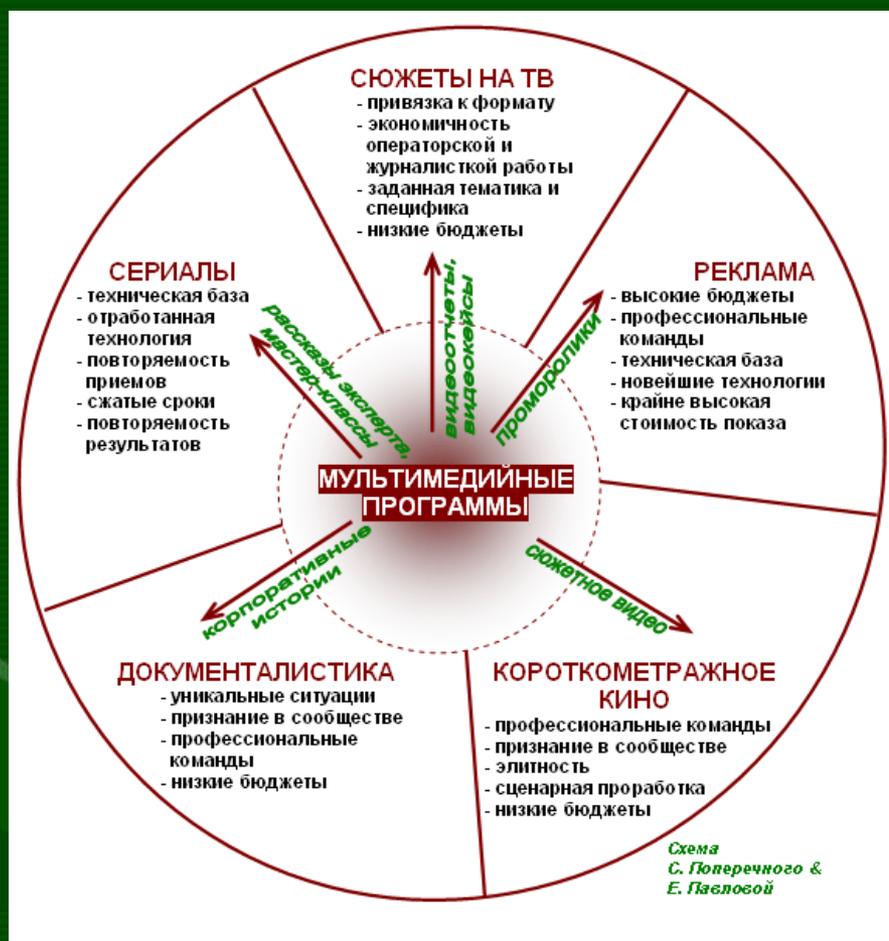
- ❶ Вид торгового зала, расположение стенда.
- ❷ Выкладка товара.
- ❸ Действия персонала и промоутеров.
- ❹ Взаимодействие промоутеров с покупателями.
- ❺ Счастливые лица покупателей.
- ❻ Покупатель (клиент) с продуктом.
- ❼ Покупатель (клиент) на фоне брендов.
- ❽ Сравнение с конкурирующими брендами.

Проморолики



- Продолжительность: 3 минуты
- Присутствие рассказчика: Действующий человек
- Присутствие компании: Сотрудники, мероприятия
- Продукт: Услуга, преимущества и угрозы
- Герой: Сотрудник, Клиент
- Сюжет: Нет
- Автор: Заказчик
- Сценарий: Реальный
- Время действия: Настоящее
- Количество историй: Одна явная
- Задача: Продажа
- Формат: Репортаж
- Серийность: Любая

Корпоративное видео



Средство воздействия, находящееся на стыке кадровой, информационной и PR политики компании.

Короткие по продолжительности сюжеты, посвященные компании или ее сотрудникам.

Назначение:

- Внутренний PR
- Выставки, конференции, презентации
- Интернет