

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



Denne guide er udarbejdet til virksomheder, der overvejer at bruge video ved til markedsføring og reklame på nettet.

Listen vil gøre jer skarpere på hvilken slags video I behøver, og give en smidigere produktionsproces uden for mange fordyrende efter-redigeringer. Hvert felt er forsynet med et kommentarfelt, som I kan skrive direkte i på computeren (i Adobe Acrobat tryk: "vis" - "udfyld og underskriv" – "tilføj tekst")

Hvis I har kommentarer eller spørgsmål, er I velkomne til at kontakte mig på [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)  
Følg mig også gerne på [Mund Zu Mund Medias Facebookside](#), hvor der bl.a. er opslag om, hvordan man kan bruge video i sin online-markedsføring. Vil I chatte med mig på Facebook, så gå ind på Facebooksiders messenger.

Med venlig hilsen

Kristoffer Wolf  
Mund Zu Mund Media

## Forberedelsesfasen

---

### Strategi

**Nøglen til succes ligger i planlægningen.** Spørg jer selv: *Hvad vil I sige til hvem, og hvad skal disse tænke og gøre, når de har set videoen!* Brug disse overvejelser i dialogen med videoproducenten.

Jeres notater:

---

---

---

### Behovsanalyse

**Er en video den rette kanal for jer?** Video er ofte tidskrævende og større økonomisk investering og bør indgå i en mere langsigtet kommunikationsplan.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Målgruppe

**Hvem er modtagerne?** Lav en grundig analyse af målgruppens interesser, behov, foretrukne sociale medier osv. Dette er afgørende for at kunne lave en video, der fanger målgruppens opmærksomhed. En populær måde at arbejde med målgrupper på er ved at definere *personaer*, altså tydelige definitioner af de ideelle kunder.

Jeres notater:

---

---

---

### Mål og effekt

**Hvad skal modtagerne gøre, når de har set videoen?** En markedsføringsvideo kan have et bredere mål som at skabe et positivt billede af virksomheden (branding), men en video kan også opfordre til konkrete handlinger som køb af et produkt, tilmelding til nyhedsbrev eller et seminar.

Jeres notater:

---

---

---

### Platform

**Hvor skal videoen vises?** Selv om en video kan publiceres på stort set alle online-platforme, men den skal publiceres der hvor målgruppen er og vises på de præmisse der passer til deres mediebrug. En Facebook-video skal eksempelvis være mere underholdende, aflevere sit budskab inden for 16 sekunder OG have undertekster, da Facebookvideoer i 80 % tilfælde ses uden lyd. En YouTube video derimod kan være længere, den må gerne give svar på konkrete spørgsmål og den ses med lyden slået til.

Jeres notater:

---

---

---

### Outsourcing af videoopgaven

**Kan man selv lave videoen?** Enkle videoopgaver kan ofte løses med en iPhone monteret på en tripod og en fornuftig knaphulsmikrofon og efterfølgende redigering på enkelt software. Selv semi-professionelt udstyr kan erhverves for under 10.000 kr. Begrænsningen ligger ikke længere i udstyret, men i evnen til at skabe historiefortælling, instruere mennesker og redigere en video der effektivt og stramt leverer et budskab. En investering i en professionel videoproducent, er en garanti for et højt produktionsniveau.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Budget

**Hvor meget er der sat af til produktion?** Videoproduktion kan give en høj *return on investment*, men der skal sættes tilstrækkeligt med penge af til investeringen. Enkle videoer koster omkring 6.000 kroner, og mere avanceret videoproduktion med mange scener, speciel lyssætning, farvekorrektion, *speak*, grafik og effekter trækker prisen op på adskillige tusinder kroner. Vælg videotype efter målgruppe og mål.

Jeres notater:

---

---

---

### Markedsføring

**Hvordan skal videoen markedsføres?** Tænk videomarkedsføring i to trin: Produktion og publicering. Husk derfor at sætte penge af til et markedsføre videoen, så den flotte video kommer ud til så mange relevante mennesker som muligt. Videoanoncering på Facebook eller YouTube er effektive måder at komme ud til præcis de mennesker du vil vise den til.

Jeres notater:

---

---

---

### Videotype

**Hvilken type video skal man vælge?** videotypen afhænger af mål og målgruppe. Kendte formater er bl.a. virksomhedspræsentation, instruktionsvideo, produktpræsentation, behind-the-scenes, animationsvideo eller event-video. Der er mange muligheder, og det gælder at vælge format ud fra budskab, mål og målgruppe.

Jeres notater:

---

---

---

### Ophavsretten

**Hvem ejer den færdige video?** Videoproducenten er *ophavsmand* ifølge *ophavsretsloven*. Kunden køber *rettigheden* til at anvende videoen i sin færdige form, men kan ikke frit redigere i videoen efterfølgende. Reglerne om ophavsret kan være lidt komplicerede. Derfor kan juristhjælp til kontraktudformningen være en god investering. Film- og tv-arbejderforeningen har en god tekst om ophavsret og rettigheder, som man kan skrive ind i kontrakten til. Find linket nederst i dokumentet.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Produktionsfasen

---

Ovenstående punkter handler om den vigtige forberedelse til videoproduktion, hvorimod produktions- og post-produktionsfaserne handler om selve indspilningen og klipning. Produktions- og post-produktionsfaserne er ofte tekniske og kræver faglig indsigt. Men selv om det kan være svært at have en mening om kameravalg og lyssætning, så er det er alligevel godt at have gjort sig nogle overvejelser om punkterne herunder. Så er det lettere at stille kvalificerede spørgsmål til videoproducenten om hans tanker og valg.

#### Manuskript

**Den vigtige historiefortælling.** Manuskriptet fungerer som en slags opskrift for videoens tilberedelse og danner baggrunden for den historie, videoen skal fortælle. Selv en 30 sekunders video kan indeholde helte og skurke, overraskelse, spænding, drama, udfordring og forløsning. Og da en markedsføringsvideos primære funktion er at skabe salg, skal der også være et klart budskab med opfordring om køb. Læs altid manuskriptet godt igennem og godkend, inden selve optagelserne går i gang.

Jeres notater:

---

---

---

#### Storyboard

**Historien illustreret.** Det er en rigtig god ide at bruge et storyboard til at afstemme krav- og forventninger til videoens endelige udseende med producenten. Et storyboard er tegninger eller stillbilleder, der visualiserer de forskellige scener i videoen og giver en god fornemmelse for videoproducentens tanker om videoens udtryk.

Jeres notater:

---

---

---

#### Medvirkende

**Hvem skal deltage i videoen?** Der optræder mennesker i de fleste videoer, fordi de giver personlighed og troværdighed til videoen og dens budskab. Medmindre man anvender skuespillere eller deciderede medievanter personer, er det ofte grænseoverskridende for mennesker at stille sig op foran kameraet og aflevere et budskab. Videoproducenten er trænet i personinstruktion og i at vælge de mennesker, der gør sig godt foran et kamera.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Forståelse af virksomhedens kultur og kendetegn

**Kender producenten virksomheden?** En video skal reflektere virksomhedens kultur, personlighed og sprog, og videoproducenten skal researche og sætte sig ind i disse områder. Det gøres bedst i samtaler med relevante aktører og ved at bruge lidt tid i virksomheden og ved at læse hjemmesiden, brochurer mm.

Jeres notater:

---

---

---

### Lokation

**Hvor skal videoen indspilles?** De rette lokationer til scenerne bidrager til historiefortællingen og skaber dynamik og afveksling i videoen. En video om en virksomheds nye højtrykspumpe skal naturligvis indeholde scener fra fabrikshallen, hvor man som modtager kan imponeres over den avancerede mekanik.

Jeres notater:

---

---

---

### Indspilningsperiode

**Hvilke dage skal der indspilles?** Det kan være et logistisk puslespil at koordinere alle deltageres kalendere, og indspilningsperioden og bør altid fastsættes så tidligt i processen det går.

Jeres notater:

---

---

---

### Lyssætning

**Hvilken stemning skal lyset bidrage med?** Lys har en meget afgørende effekt på en videos stemning, og en videoproducent arbejder derfor både med naturligt lys (solens) og med kunstlys (diverse lamper) og med blandingslys som er en kombination af begge slags.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Lyd

**Kan man høre hvad de siger?** God lyd er noget af det vigtigste i en god video, for modtagerne gider ikke mundaflæse eller lægge øre til skrattende, utydelig tale. Gode mikrofoner og rigtige indstillinger mellem lyd og musik, kan gøre forskellen mellem god og en ulidelig videooplevelse.

Jeres notater:

---

---

---

### Kameraudstyr

**Hvilke og hvor mange kameraer?** Videoproduktion bliver let et unødvendigt udstyrsstykke, men den teknologiske udvikling har gjort, at moderne DSLRs (et digitalt spejlreflekskamera) nu kan bruges til semi-professionelt videoproduktion, og levere knivskarpe billeder, der ser godt ud på video.

Som kunde er det også vigtigt at overveje, om scener skal optages fra forskellige vinkler, med to kameraer, hvilket giver liv og dynamik i videoen.

Jeres notater:

---

---

---

### Dækbilleder

**De vigtige baggrundsbilleder.** En videoproducent sørger altid for at filme små "trivielle" scener, som nærbillede af tastning på tastatur, af kokken der skærer grøntsager, eller panoreringer over et lokale med travle mennesker, hvilket kan bruges til at klippe ind i et interview med direktøren, der ellers vil blive lidt kedeligt og monotont. Disse scener kaldes dækbilleder, og bidrager vigtigt til historiefortællingen.

Jeres notater:

---

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Redigerings- og publiceringsfasen

---

Post-produktion er, når videoproducenten har fået den sidste scene i kameraet og trækker sig tilbage til sit redigeringsrum for at klippe filmen sammen. Manuskript og storyboard danner rammen for klipningen, og på dette stadie "fanger bordet", da videomaterialet sjældent kan tages om. Det understreger vigtigheden af god forberedelse i de to indledende faser, så man får de rigtige scener i kassen på indspilningsdagen.

#### Klipning

**Puslespillet samles.** Med manuskript og storyboard som opskriften, klipper videoproducenten videoen sammen i video-editeringsprogrammer. Op mod 80 procent af scenerne skal vælges fra, så kun de bedste scener og replikker står tilbage, hvilket er et stort puslespil af mange lydbidder, billeder og musik at samle. Timing og præcision er afgørende for et godt resultat.

Jeres notater:

---

---

---

#### Speak

**Brug af professionel skuespiller.** En trænede skuespiller kan lægge en speak indover videoen og dermed styre stemningen, og give videoen stemning og et professionelt *feel*.

Jeres notater:

---

---

---

#### Musik

**Er det bare en smagssag?** Måske, men underlægningsmusikken er afgørende for videoens stemning, og skal vælges nøje. Bare sørg for kun at bruges licenseret musik!

Jeres notater:

---

---

---

#### Farvekorrektion

**Farvetoner påvirker stemningen.** Ved klipning af videoen, kan farverne manipuleres for at ændre stemningen. Eksempelvis giver en gulere farve varme hvorimod blå nuancer skaber mystik.

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)

# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Efter-redigering

**Hvor mange rettelser har man ret til?** Klippearbejdet er et tidskrævende puslespil, og videoproducenten tilbyder derfor ofte en begrænset antal redigeringsgange i prisen.

Jeres notater:

---

---

---

### Undertekster

**Kun for de hørehæmmede?** Undertekster kan være en rigtig god ide, og, medvirker til, at din video bliver set, og at budskabet kommer tydeligt frem.

Jeres notater:

---

---

---

### Format

**Skal videoen være firkantet, aflag i HD eller 4k?** Videoen skal helst klippes sammen i forskellige formater, afhængig af den valgte publicerings platform. På Facebook anbefales et 1x1 format og på Instagram er det et krav. Vær opmærksom på, at det meste video ses på mobilen.

Jeres notater:

---

---

---

### Eksport

**Hvordan bliver filmene eksporteret?** r I får filmen på et USB-stik, disk eller uploades den i skyen?

Jeres notater:

---

---

---

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)



# Den store videotjekliste

## 28 vigtige overvejelser inden bestilling af videoproduktion



### Evaluering

---

Det færdige resultat af den eller de leverede videoer skal bedømmes ud fra de aftaler, der blev indgået forberedelsesfasen. Manuskript og storyboard er to vigtige pejlemærker for, om man har fået det, man aftalte. Men videoen skal også vurderes på sin evne til at tiltrække opmærksomhed og få kundeemner til at købe eller interagere med videoen på den måde man har ønsket. Det kan være som likes, kommentarer, delinger eller ved indtastning af en e-mail på en landing page. Disse effekter kan man selvfølgelig kun vurderes, efter den har været publiceret i en periode.

Inden publicering kan og bør videoens kvalitet bl.a. bedømmes ud fra en række filmtekniske og kompositoriske egenskaber:

**Historien:** Er det en fængende historie, der fanger opmærksomheden og leder til en slags ahaoplevelse?

**Lyden:** Er der god lyd?

**Deltagerne:** Virker "skuespillerne" autentiske og naturlige?

**Komposition af billeder:** Sker der noget på billederne, og er de spændende at se på?

**Lyset:** Er der et godt lys på scenerne, og er udtrykket professionelt?

**Dynamik og timing:** Er der godt flow i filmen uden unødige lange scener?

**Bevægelse i scenerne:** Eller står deltagerne bare stille?

**For meget løs snak:** Er videoen skåret helt ind til benet, så budskabet står skarpt?

**Unødvendige effekter:** Anvendes der en passende mængde grafik og effekter, der understøtter budskabet uden af forstyrre det?

**Klicheer:** Er videoen original og overraskende i sit forløb?

**Musikken:** Understøtter den stemningen og budskabet i videoen?

### Links

---

Om ophavsrettigheder: <https://www.filmtv.dk/ophavsret/fafs-anbefaling-til-tekst-for-rettighedshavere-i-den-overenskomstfrie-periode/>

Mund zu Mund Media

[www.mundzumund.dk](http://www.mundzumund.dk)

+45 5327 2828 – [kristoffer@mundzumund.dk](mailto:kristoffer@mundzumund.dk)