

2b. Schrijf je script in 6 stappen

1. Wat is het doel en wie is de doelgroep?

Bepaal vooraf wat exact het doel is van de video. Schrijf het doel van de video in één zin op. Bedenk wie jouw doelgroep is en waar moet je rekening mee houden om ervoor te zorgen dat de boodschap van de video overkomt op de kijker. Zet ook voor jezelf op papier wat de kijker moet denken, voelen en weten nadat hij de video heeft bekeken. Bedenk daarbij ook meteen wat de kijker juist niet moet denken en voelen. Houd er rekening mee dat je informatie weglaat die niet relevant is voor de uiteindelijke kernboodschap van de video.

2. Kernboodschap bedenken

Een sterke kernboodschap slaat de brug tussen jouw bedoeling van de video en de beleving van de doelgroep die de video bekijkt. Wat wil je bereiken bij de kijker? Schrijf voor jezelf de kernboodschap op in één zin. Zodra je helder hebt wat de kernboodschap is, kun je bij alle keuzes die je moet maken in het script weer even terugkijken op de boodschap en bepalen of de informatie die je wilt geven daar voldoende op aansluit.

3. Welke lengte krijgt de video?

Wat wordt de maximale lengte van de video? Wanneer een uitgebreide boodschap verteld moet worden, is het soms handig deze vast op papier te zetten en daarna (m.b.v. Word) het aantal woorden te checken. Bedenk vervolgens dat 75 woorden ongeveer 30 seconden duurt. Op deze manier heb je al een idee van de lengte en kun je eventueel van tevoren bepalen welke informatie weggelaten kan worden.

4. Welke elementen ga je toevoegen in de video?

Wordt het een presentatie of interview en met of zonder vragen in beeld? Of wordt het een reportage waarin ook een presentator je meeneemt in het verhaal? Welke introducties of afsluitingen kunnen gebruikt worden?

Denk eens na over de volgende mogelijkheden: stand-up (presentator die staand iets verteld) – interview – interview met vragen als tekst in beeld – vox pop (op straat of in de gang willekeurig mensen aanspreken en ondervragen over een bepaald onderwerp) - beelden van medewerkers aan het werk – beelden van klanten met het product /de dienstverlening – timelapse (versnelde weergave over langere periode, bijvoorbeeld van het kantoorgebouw) - aparte voice-over die iets vertelt (dus alleen stem) - teksten in beeld die uitleg geven - schermopnames (bijvoorbeeld van een website of intranet), stock video (verkrijgbaar via Blitsvideo). Wil je dat de kijker aan het einde van de video iets gaat doen, bijvoorbeeld aanmelden of op een webpagina kijken? Dan kun je aan het einde van je video nog een tekst toevoegen met een call to action.

Op de website van www.blitsvideo.nl vind je Blitsvideo's die je kunt bekijken ter inspiratie. Ook op YouTube kun je inspiratie opdoen door te zoeken naar video's die ongeveer dezelfde boodschap hebben als die van jou.

5. Welke structuur krijgt de video?

Wat wordt de structuur van de video? Wil je bijvoorbeeld beginnen met een mooie introductie, daarna een aantal sprekers aan het woord laten, tussendoor gebruik maken van tekstanimaties en vervolgens de video afsluiten? De mogelijkheden zijn eindeloos, maar het is wel belangrijk dat er een duidelijke verhaallijn in de video zit. Het prettige is dat wanneer je eenmaal een fijne structuur voor de video gevonden hebt, dat je deze bij een volgende video weer kunt gebruiken.

6. Vul het invulblad voor het script in

Nadat je alle bovenstaande stappen hebt gevolgd, kun je het invulblad voor het script invullen. In het invulblad zie je het nummer dat bij de scène hoort, welk beeld je ziet en welke geluiden je hoort. Ook kun je opschrijven welke overlappende beelden en/of teksten je wilt gebruiken.