

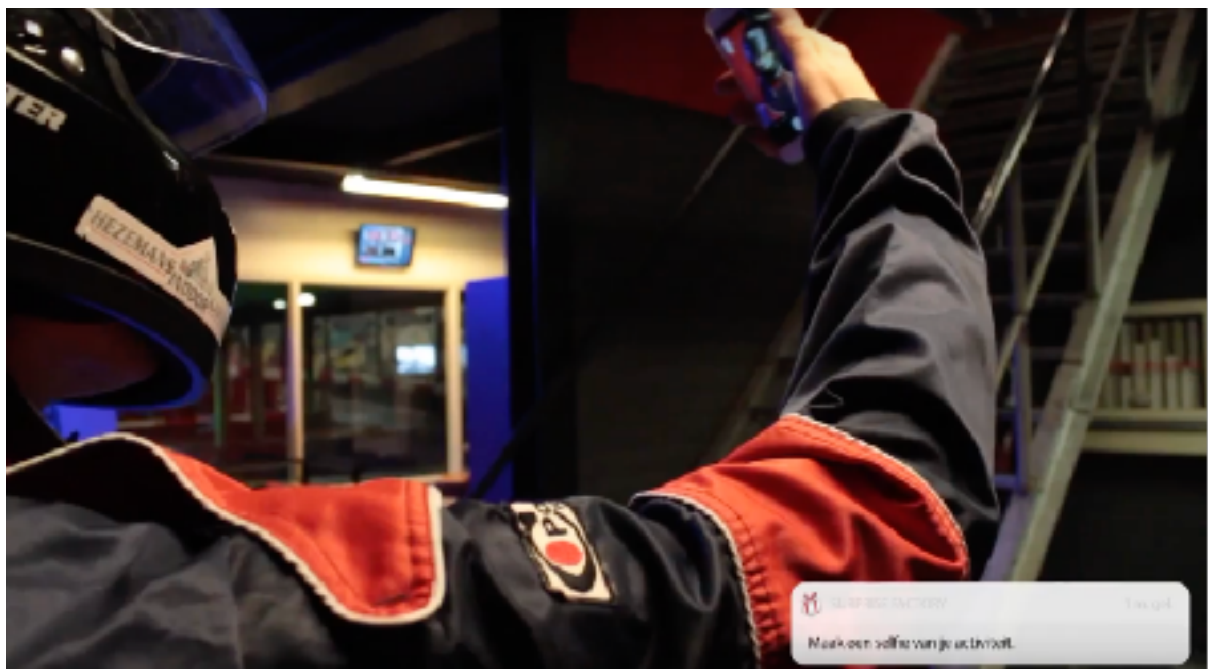
Videoprototype

Let's make a memory

Voor onze 3e presentatie willen we graag nog een videoprototype maken. In deze prototype willen we de hele verhaallijn naar voren brengen. Dit willen we doen zodat het voor de opdrachtgever duidelijk wordt wat het gehele concept inhoudt.

De beelden zijn zelf geschoten, omdat we zo vrijheid hadden in de beeldkeuze.

Door Matthew Kouwenberg, Bas van Monfort, Teun Wijnhoven



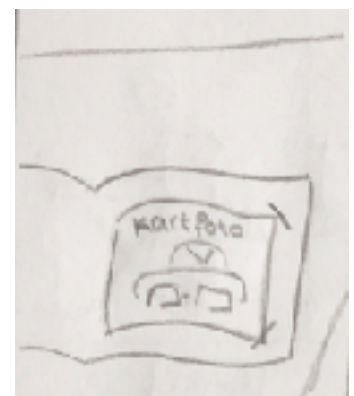
Script videoprototype

Let's make a memory

	Inhoud	Camera positie	Extra's
Shot 1	Shot van iemand die aan het typen is op een laptop; Cadeaubon bestellen.	Close-up van de hand movement	
Shot 1.2	Shot van iemand die aan het typen is op een laptop; Cadeaubon bestellen.	Vanuit de voorkant, gezicht niet zichtbaar	
Shot 2	Cadeaubon wordt overgedragen door vriend	Van afstand, full shot	Emotie in shot
Shot 3	Acteur is blij met de cadeaubon	Redelijk close	Veel emotie
Shot 3.2	Acteur is blij met de cadeaubon	Close-up van het momentenboekje	
Shot 4	Volgend de deuren openen van de kartbaan	1st person	Warrig beeld zodat je ziet dat het zelf gefilmd is, iPhone camera layout overlay
Shot 5	Acteur trekt pak aan + helm op	Full person view, close up van de details zoals de rits	
Shot 6	Acteur is aan het karten en beleeft een avontuur	Verschillende posities, vooral overview	Veel actie
Shot 7	Close-up van score board	Close-up	
Shot 8	Acteur maakt selfie voor de afsluiting	Full person view	
Shot 9	Persoon rijdt langs in kart auto	Van voor	Veel actie
Shot 10	Persoon ontvangt het binnenboekje en bekijkt hem in detail	Meerdere shots, close-up en overview	Emotie

Storyboard videoprototype

Let's make a memory



Testplan videoprototype

Let's make a memory

Onderzoeksvraag

Het concept van "Let's make a memory" hebben we al meerdere keren uitgelegd in verschillende documenten en voorgesteld aan mensen. Hier is over algemeen eruit gekomen dat mensen vooral het fysieke aspect erg waarderen aan het idee, omdat ze er vaker in zullen kijken. Toch wilt niet zeggen dat digitale aspect voor de meeste mensen minder waarde heeft, doordat het wel een duidelijke aanvulling heeft aan het geheel. Ook zijn er genoeg redenen om deze app te gebruiken, waardoor ook dit geen probleem moet zijn voor de doelgroep. Toch willen we als groep ook weten hoe mensen erop reageren, wanneer wij hun een uitlegfilmpje laten zien van het concept. Hierbij draait het dan niet alleen om de reactie, maar ook om de boodschap die we proberen over te brengen.

"Hoe reageert de doelgroep op ons videoprototype van ons concept, waarbij het duidelijk is wat de boodschap is?"

Proces beschrijving

Dit proces bestaat uit het maken en bewerken van de video en hierna video verspreiden onder de mensen, zodat zij erop kunnen reageren. Om ervoor te zorgen dat mensen rustig naar de video kunnen kijken, zonder gepushed te worden hebben we ervoor gekozen, om dit door middel van een enquête te doen. Hierbij wordt niks uitgelegd over het bedrijf "SupriseFactory", zodat mensen puur en zo eerlijk mogelijk reageren op de video (anders is mogelijk dat mensen het bedrijf gaan opzoeken). Wanneer de video te snel ging, is bij deze methode mogelijk om zo vaak als je zelf wilt terug te kijken. Uiteindelijk worden korte vragen gesteld om af te sluiten.

Onderzoeksmethode - Enquête

Bij deze enquête staat de allereerste reactie van de ondervraagde personen centraal. Hierbij is het belangrijkste dat zij weten wat de boodschap is zonder dat zij uitleg hebben gekregen over het concept of bedrijf. Wanneer veel mensen het niet helemaal snappen zullen we dit vervolgens toepassen in concept, door meer uitleg te geven in het boekje of de app.

De enquête zal verstuurd worden onder de doelgroep door middel van social media. Uiteindelijk is deze kwalitatieve data handig om onze keuzes te verantwoorden binnen het concept.

Vragen

Welk geslacht ben u?

Hoe oud bent u?

Wat is uw allereerste reactie op dit bovenstaande filmpje?

Wat vond u een mooi onderdeel in het proces van het cadeau?

Wat is volgens u de boodschap van idee?

Zou u zelf zo'n cadeau kopen?

Waarom wel/niet?

Ondervraagde bedanken en afsluiten

Analyse

Wanneer de enquête verspreid is en genoeg informatie heeft opgeleverd, zullen we per vraag een conclusie schrijven, vanuit deze conclusies zal een hoofdconclusie schreven van het onderzoek. Met deze informatie kunnen we vervolgens onderdelen houden, verwijderen of veranderen, waardoor we hopen kwaliteit van ons concept te verhogen.