

Case-Video

Inleiding

Tegenwoordig is het nagenoeg onmogelijk geworden om je nieuwe product te introduceren zonder een goede case-video. Met deze video maak je potentiële gebruikers enthousiast voor het product dat jij ontwerpen hebt. Een goede case-video houdt het midden tussen een reclame en een eenvoudige handleiding voor het gebruik van je product.

Daarnaast maakt video het mogelijk om een rijkheid aan detail te laten zien van toekomstige situaties waarin het product gebruikt wordt, door de combinatie van beelden, mensen in situaties en het toevoegen van virtuele elementen. Met behulp van video ben je niet alleen in staat om de concrete, tastbare aspecten van je product te demonstreren, maar ook de ongrijpbare elementen, zoals reacties van mensen op het gebruik van een product en de daarbij behorende emoties. Door het gebruik van video visualization vergroot je aanzienlijk je eigen mogelijkheden om oplossingen te tonen die nog niet direct beschikbaar zijn.

Opdracht - Casefilm

Gedurende dit kwartaal ga je met je team waarmee je aan het minor-project werkt een case-video produceren over het product, of de dienst die jullie ontworpen hebben. Met deze case-video maak je voor mensen die jullie product gaan gebruiken, nog voordat ze het product in handen hebben een aantal dingen inzichtelijk:

Context van het gebruik

Met de video maak je op een intuïtieve manier duidelijk aan je eindgebruiker op welke wijze het product dat jullie ontworpen hebben gebruikt kan worden, en ook in welke context het gebruik van het product plaatsvindt. Door te laten zien hoe jullie product de gebruiker ondersteunt, enthousiasmeer je de gebruiker nog voordat hij het product in handen heeft gekregen.

Interacties met het prototype

Probeer met je case-video zo duidelijk mogelijk te maken hoe een eindgebruiker interactie aan gaat met jullie prototype. Welke interacties zijn de sleutel tot het gebruik? Sluit je aan bij bekende conventies om ervoor te zorgen dat het product een eenvoudige adoptie-curve kent, of verwonder je de gebruiker met nieuwe vormen van interactie?

Emoties van de eindgebruiker

Laat duidelijk zien wat het effect is van het gebruik van jullie product op de emotionele gesteldheid van de eindgebruiker? Is het iets wat hem of haar vrolijk stemt? Voelt iemand zich zelfverzekerder als ie jullie product gebruikt? Laat niet alleen de functies van het product zien, maar juist het effect van het product op de emoties van de mensen die het product gebruiken.

Overtuigen van de business case

Met je case-video maak je de business case ook inzichtelijk, uit de video moet blijken dat er aan een duidelijke zakelijke behoefte wordt voldaan met jullie product of dienst. Hiermee overtuig je de opdrachtgever met het nut van het door jullie gerealiseerde product.

Belangrijke informatie vooraf!

Zorg er voor dat je over een goede camera beschikt om mee te filmen. Dit kan een videocamera zijn die je leent van school, of bijvoorbeeld een digitale SLR waar je ook mee kan filmen (zijn ook verkrijgbaar bij de CMI-uitleen). Check vooraf wat de technische eigenschappen zijn van het filmmateriaal wat je kan produceren met je camera. Hierbij zijn de volgende dingen van belang:

- **Codec**

Op welke manier wordt het materiaal wat je opneemt opgeslagen? MOV/MP4/RAW

- **Resolution**

Wat is de resolutie van het materiaal dat je filmt? 1080P? 4K?

- **FPS (Frames per Second)**

Hoeveel beeld per seconde film je 25 of 30? Voor slomotion 60 of 120?

- **Progressive/Interlaced**

Is het materiaal een hele frame of twee verschillende fields in een frame.

Het lijkt technische geneuzel, maar het is éssentieel dat je deze zaken ruim van te voren weet, als blijkt dat je een andere camera nodig hebt, kun je nog uitwijken.

Er is niets zo vervelend als één of meerdere dagen intensief filmen, om er vervolgens in de montage of postproductie achter te komen dat het materiaal wat je opgenomen hebt onbruikbaar is omdat er technische beperkingen zitten aan je videomateriaal. Zorg er dus voor dat je over een goede camera beschikt.

Voor het produceren van de case video adviseren we je om op zoek te gaan naar een camera die materiaal kan filmen in 1080P of 4K en 25 dan wel 30 frames per seconde (fps). (De meeste smartphones kunnen dit inmiddels, en ook de meeste digi-slr's ondersteunen deze resolutie, of zelfs hoger.)

Voor goede beeldkwaliteit, en een 'film-look' is een digi-slr met een goede lens erop ideaal. Hou wel rekening met de scherptediepte! Als je shot deels onscherp is, maakt dat het samenvoegen van je shot met animaties die je in After Effects gemaakt hebt van een prototype een behoorlijke uitdaging!

Tip!

Film een paar weken voor je daadwerkelijke opnames een aantal test-shots met de camera die je gaat gebruiken. Dit zorgt ervoor dat je tijdens de opnames comfortabel bent met je camera, en je kan bij je begeleidende docent checken of het materiaal dat je schiet van voldoende kwaliteit is. een digi-slr met een goede lens erop ideaal. Hou wel rekening met de scherptediepte! Als je shot deels onscherp is, maakt dat het samenvoegen van je shot met animaties die je in After Effects gemaakt hebt van een prototype een behoorlijke uitdaging!

Planning

Om er voor te zorgen dat het proces voor het realiseren van de video een beetje gestructureerd verloopt gebruiken we het standaardproces voor iedere film/video productie. Dat bestaat uit drie fases:

- Een **pre-productiefase** waarin het 'idee' en voorwerk gedaan wordt voor de opnames
- Een **productiefase** waarin de daadwerkelijke opnames voor de video plaatsvinden
- Een **post-productiefase** waarin de nabewerking plaatsvindt van het geschoten materiaal.

Hoewel het lijkt dat de opnames (productiefase) het belangrijkste zijn, zul je de meeste tijd doorbrengen in de post-productiefase. Hierin vindt de montage plaats, het toevoegen van animaties van je prototype aan de shots die je opgenomen hebt. Ook maak je tijdens deze periode motions graphics, voeg je geluid toe aan je film, en maak je van je case- video één geheel.

De planning voor de productie van de case-video is als volgt:

Week 1: Kickoff, start pre-productie, **Hoorcollege 1**: Pre-production & Camera Shot Types

Week 2: Bespreken script/scenario, storyboard en moodboard, uittesten camera en look & feel **Werkcollege 1**

Week 3: Feedback script/scenario, storyboard en moodboard, look & feel, **Hoorcollege 2**: Lights Camera & Action (Production) + Record Sound

Week 4: Definitief storyboard en scenario, start productiefase **Werkcollege 2**

Week 5: Productie/Postproductie, **Hoorcollege 3**: Post-production Workflow

Week 6: Productie/Postproductie **Werkcollege 3**

*** Kerstvakantie ***

Week 7: Presentatie van de casevideo bij de klant.

Om de productie van de case video te stroomlijnen ondersteunen we in het gebruik van Adobe Creative Suite, met Premiere, After Effects, Cinema4D Lite & Photoshop.

Fase 1 — Pre-productie

Tijdens de pre-productiefase wordt iedere stap van het maken van een film zorgvuldig ontworpen, bedacht en gepland. Het scenario wordt geschreven, op basis van het scenario wordt een storyboard gevisualiseerd, zodat er een eerste ruwe versie van de film ontstaat. Vervolgens ga je op basis van het scenario en het storyboard een shotlist maken, zodat het duidelijk wordt wát je gaat filmen tijdens de productiefase. Zorg ervoor dat je het storyboard ook omzet in een moving storyboard, zodat je ook de timing en ritme van je video al kan testen. Dit zijn foto's op basis van je storyboard, die achter elkaar zet met ritme en timing zoals je denkt dat de uiteindelijke video ook gaat worden. Daarnaast wordt er een moodboard ontwikkeld om de look & feel te onderzoeken. Dit moodboard mag ook bewegende elementen bevatten, zodat je een moving moodboard krijgt.

Toetsing

De deliverables van de preproductie-fase worden getoetst aan de hand van de volgende criteria:

Script.

Het script dat voor de video is geschreven, beschrijft de context van het gebruik, de interacties met het prototype en de emoties van de eindgebruiker binnen de context van het gebruik.

Moving Storyboard & Moodboard

Het moodboard en moving storyboard maakt duidelijk op welke wijze het script in beeld gebracht gaat worden. Hierbij is in het bijzonder aandacht voor de wijze waarop context, interacties met het prototype en emoties van de eindgebruiker in beeld gebracht worden. Het moving storyboard vormt de basis voor wat er in de shotlist terecht komt. Het moodboard geeft ook invulling op wat voor soort type shots er terug komen in het moving storyboard en wordt er gekeken naar de stijl van de video.

Shotlist

Op basis van het script en moving storyboard, is er een shotlist geproduceerd die een duidelijk overzicht geeft voor het te filmen of te produceren materiaal, welke rekvisieten er nodig zijn, en de handelingen die door acteurs of animaties verricht moeten worden.

Deliverable 1: Script

Het script is precies wat het zegt; een geschreven script waarin je uiteenzet hoe je het verhaal van de film gaat vertellen. Denk hierbij aan de punten waarvan verwacht wordt dat je ze inzichtelijk maakt met je casevideo. Dit zijn de context van het gebruik, de interacties met het prototype, de emoties van de eindgebruiker en het overtuigen van de business case. Hou er rekening mee dat een script niet hetzelfde is als een scenario voor een interactie ontwerp. In plaats van dat je de interacties van een gebruiker beschrijft, beschrijf je het verhaal dat de kijker van de film voorgeschoteld krijgt. Dit betekent dus dat je visueel een verhaal moet vertellen.

Randvoorwaarden

- Het script beschrijft de context van het gebruik
- Het script beschrijft de interacties met het prototype
- In het script komen duidelijk de emoties van de eindgebruiker terug
- In het script beschrijf je hoe de business case aan bod komt van jullie product.

Deadline

De deadline voor het uiteindelijke script/scenario & (moving) moodboard is in week 4 op **maandag 6 december** om **17:00**.

Daarvoor heb je een eerste versie van het scenario besproken met je begeleidende docent voor dit vak. Het script/scenario upload je naar Teams.

Opleveren

Het scenario lever je op als PDF document in Teams.

Deliverable 2: Moving Storyboard & Moodboard

Zodra het script enigszins duidelijk is ga je een moving storyboard maken. Dit is de eerste visuele vertaling van het script naar een serie beelden waarmee je het verhaal verteld. Met het moving storyboard maak je duidelijk hoe je visueel het verhaal gaat vertellen van je casevideo. Denk ook hierbij weer aan de elementen die terug moeten komen in de video, maar ga vervolgens door het gebruik van bepaalde shot-types (close up, medium shot, establishing shot, master shot, etc) en camera hoeken (low angle, high angle, eye-level) proberen om het verhaal te vertellen van jullie product. Maak eerst met snelle schetsen een low-fidelity versie van je storyboard. Ensceneer vervolgens verschillende foto's van je shots. Door elementen in de foto's over te trekken in bijvoorbeeld Photoshop of Illustrator, kun je de details in de foto's weglaten, en focussen op de grote lijnen en belangrijke momenten van je verhaal.

Om dit te ondersteunen gebruik je ook een moodboard, die ook bewegende elementen mag bevatten. Dit moodboard bevat elementen uit andere video's en beelden die ondersteunend zijn in de visuele beeldtaal voor de case video die je gaat maken. Denk hierbij ook goed na over de doelgroep waaraan je dit verhaal verteld. Wat verwachten zij van jouw casevideo?

Randvoorwaarden

- Hou de juiste beeldscherm verhoudingen aan bij de compositie van je shots.
- Zorg dat je ieder shot ook voorziet van een toelichting, waarmee je duidelijk maakt hoe je visueel het verhaal gaat vertellen.
- Het (moving) moodboard bevat shot uit andere video's die aansluiten bij jullie product op visueel vlak.

Deadline

De deadline voor het definitieve moving storyboard & moodboard is in week 4 op **maandag 6 december** om **17:00**.

Zorg dat je tussentijds het low-fidelity storyboard besproken hebt met je begeleidend docent.

Opleveren

Je levert het moving storyboard op als MP4-video in Teams.

Deliverable 3: Shotlist

Door een shotlist te produceren voordat je op gaat nemen aan de hand van je scenario en je storyboard hou je tijdens de opnames het overzicht van hetgeen je moet filmen. Een shotlist, is, zoals het woord al zegt een overzicht van de shots die gaat filmen in een planningsoverzicht. Het kan in het moment van de opnames natuurlijk altijd zo zijn dat je om wat voor reden dan ook afwijkt van je shotlist, maar deze lijst geeft je enige houvast tijdens de hectische opnamedagen.

Randvoorwaarden

Op de shotlist omschrijf je de volgende onderdelen:

- Shotnummer (aan de hand van het storyboard)
- Locatie (waar vinden de opnamen voor dit shotplaats)
- Shottype (Long Shot, Close Up, Medium, Over the Shoulder, etc)
- De hoek van het shot (Eye Level (EL), Point of View (POV) High Angle (HA), Low Angle (LA) etc)
- Beweging (Is het een statisch shot, of is er beweging, als er beweging is, is het een zoomshot, een trackingshot of een dolly?)
- Lengte (hoe lang duurt het shot?)
- Beschrijving van de actie die plaatsvindt in het shot
- Welke acteurs zijn er in het shot?
- Zijn er belangrijke rekvisieten nodig voor het shot? (denk aan objecten)
- Apparatuur (welke apparatuur heb je nodig om dit shot te filmen?)

Deadline

De deadline voor de shotlist is in week 4 op **maandag 6 december** om **17:00**. Zorg dat je deze op orde hebt, voordat je begint met opnames maken. Zo hou je het overzicht en kun je er voor zorgen dat je opnames vloeiend verlopen.

Opleveren

Je levert een PDF-file op van je shotlist in Teams.

Fase 2 — Productie

Planning van de productiefase

Nu je de belangrijkste onderdelen van de pre- productiefase afgerond hebt, kun je de productiefase gaan plannen; de fase waarin de opnames plaatsvinden. Kijk goed naar wat je allemaal nodig hebt om je verhaal te realiseren en plan een moment voor de opnames. Advies is om de opnames rond aan het begin van week 6 rond te hebben. Dan hou je voldoende tijd over voor de postproductiefase. Probeer de opnames zo veel mogelijk aaneengesloten te plannen, dan kun je na de opnames direct verder met de postproductie.

Licht, Camera, Actie!

Nu alle voorbereidingen getroffen zijn voor de productiefase, is het tijd om te beginnen met de opnames van de casevideo. Opnames voor een video zijn vaak hectische, stressvolle dagen. Daarom is het van belang dat het hele team hun schouders eronder zet in het realiseren van de film tijdens de opnames. Met het scenario, storyboard en shotlist in de hand ga je aan de slag om een planning te maken van je opnames. Kan alles in één dag? Welke rekvisieten heb je nodig? Zijn er moeilijke shots die extra voorbereiding vereisen?

Zorg voor een goede taakverdeling!

Hieronder staat een mogelijke taakverdeling:

Camera & Regie

Wijs een persoon aan die gaat filmen. Omdat je niet met een volledige filmproductieset werkt, maar zo veel mogelijk probeert te filmen met de camera die je tot je beschikking hebt, is het verstanding om diegene die filmt ook de regie te laten voeren. Hou er wel rekening mee dat 'regie' niet wil zeggen dat je je als een Spielberg op gaat stellen. Het is vooral van belang dat je het materiaal weet te filmen waar je je casevideo mee gaat maken.

Producer

Zorg er voor dat je iemand hebt die de productie leidt, en er voor zorgt dat alle shots uit de shotlist gefilmd worden, alle materialen op tijd aanwezig, de acteur(s) gebriefd zijn in wat zij moeten doen en iedereen in staat is om gezamenlijk de film te realiseren. Samen met de regisseur vormen de yin & yang van het filmmaken. Waar de regisseur het artistieke hart van de film is, is de producer het organisatorische hart, en kunnen ze niet zonder elkaar!

Assistent

Assistent, het klinkt zo.... 'onderdanig' alleen, dat is het verre van. Praktische mensen die hun ogen en oren open houden, en op iedere mogelijke manier helpen tijdens de opnames van de film zijn onmisbaar. Zij zijn ook vaak de mensen die met duct-tape de meest onmogelijke dingen voor elkaar krijgen, om zo een succesvol

eindresultaat te bereiken. Productie-assistenten zijn vaak ook belast met de 'continuïteit' van een film. Denk bijvoorbeeld aan een sigaret die opgestoken moet worden tijdens een film, de lengte daarvan zou steeds korter moeten worden, maar vaak zijn dit details die heen en weer springen in een film. De trivia pagina's van de IMDB wemelen van mensen die het leuk vinden om filmmakers op dit soort fouten te wijzen.

Acteur

Uiteraard kan het zijn dat je externen benaderd om te figureren als eindgebruikers in je video. Het kan ook voorkomen dat je besluit om dit zelf met je team te doen. Dan is het fijn als je iemand bent die het comfortabel vindt om voor de camera te werken. Hou er wel rekening mee dat het doel is om een overtuigende casevideo weg te zetten. Er wordt niet van je verwacht dat je met deze video direct een Gouden Kalf wint.

Toetsing

De resultaten van deze fase worden getoetst in het eindresultaat (de casefilm). Hierbij wordt vanuit het oogpunt van de productiefase op de volgende criteria beoordeeld:

Cameravoering

Bij de opnames, is op basis van het storyboard in de cameravoering rekening gehouden met de wijze waarop waarop verschillende shots (longshot, medium shot, close up etc) en camerastandpunten (hoeken), het verhaal ondersteunen.

Prototype

Er is op visueel overtuigende manier het prototype doen voorkomen als een werkend product. Hierbij is in het bijzonder aandacht besteed aan de wijze waarop de gebruikers interacties met het prototype heeft of hoe het prototype effect heeft op de eindgebruiker.

Deliverables productie fase

Omdat de productiefase gefocussed is op het maken van opnames, zijn er geen specifieke deliverables gedefinieerd. De uitkomsten van deze fase komen immers terug in de uiteindelijk gerealiseerde film.

Zorg wel voor een goede planning van de productie!

Fase 3 - Post-productie

Inleiding

De post-productiefase van een film of video is vaak de periode waar de meeste tijd voor ingeruimd is. Deze fase start zodra de opnames voltooid zijn, en eindigt wanneer de uiteindelijke film in zijn geheel klaar is. Tijdens de post-productiefase worden als eerste de montage van de video gedaan, aansluitend of gelijktijdig worden er animaties van het prototype gemaakt, die vervolgens in de opnames 'gecomposit'. Compositing is het mengen van verschillende beeld en videobronnen, met als doel een shot te maken wat door de kijker ervaren wordt als een geheel. Daarnaast maak je gedurende deze fase animaties die onderdeel zijn van je video, animeer je de teksten en voeg je muziek en geluid toe aan je film om deze tot één geheel te maken.

Adobe After Effects & Adobe Premiere

Tijdens de post-productiefase werken we in Adobe After Effects en Adobe Premiere (Mocht je ervaring hebben met een ander montage-programma, zoals Final Cut Pro of Avid Xpress, is het prima om dat te gebruiken, maar we ondersteunen het niet in de lessen). Adobe Premier is een zogenaamde 'NLE' (Non Lineair Editor) waarmee je videomateriaal kunt monteren tot één compleet geheel.

After Effects is een compositing en motion-graphics pakket. Tijdens de les behandelen we hoe je animaties maakt in After Effects, en hoe je omgaat met maskers en effecten. Na de kerstvakantie bespreken we hoe je met behulp van motion tracking objecten kunt 'vastplakken' aan bewegende onderdelen van je film. Als laatste kijken we nog naar manieren waarop je je film kunt nabewerken met een 'look' voor net dat beetje extra!

Toetsing

De resultaten van deze fase worden getoetst in het eindresultaat (de casefilm). Hierbij wordt vanuit het oogpunt van de productiefase op de volgende criteria beoordeeld:

Montage

Door aandacht te besteden aan beeldovergangen, ritme, beweging, inhoud en vorm is de continuïteit van de montage een dusdanig geheel dat deze voor de kijker 'onzichtbaar' is.

Compositing

Door middel van het juist toepassen van compositing technieken, worden diverse soorten beeldmateriaal en beeldschermanimaties met elkaar gecombineerd. Waar nodig zijn animaties van het prototype op een visueel overtuigende wijze geplaatst in het geschoten beeldmateriaal.

Deliverable 4: Eindresultaat

Het eindresultaat is de uiteindelijk gerealiseerde video die je gebruikt om het product te presenteren aan de opdrachtgever. Hierin zijn de uitkomsten van de productie en post-productiefase verwerkt, heb je nagedacht over het motion design van de video, en heb je waar nodig muziek en geluidseffecten toegevoegd om van de film een overtuigend verhaal te maken.

Toetsing

Het eindresultaat wordt getoetst op de volgende criteria, naast de criteria die zijn benoemd bij de productie en post-productiefase.

Motion Design

Het visuele ontwerp van de video ondersteunt zowel in tijd als vorm het verhaal. Er is aangesloten bij de vormgeving van het uiteindelijke product en de opdrachtgever.

Geluid

Waar nodig zijn muziek en geluidseffecten toegevoegd om van de film een overtuigend verhaal te maken. De continuïteit van het geluid is een dusdanig geheel dat deze volledig aansluit bij de film.

Overdracht

Het eindresultaat is een film die een kijker de context van het gebruik van het product duidelijk maakt, de interacties van de eindgebruiker met het prototype en de emotionele beleving van de gebruiker.

Deadline

De deadline voor de case video is in de week van de eindpresentaties week 7 op **vrijdag 14 januari om 12:00**.

Opleveren

De eindfilm stuur je op via Teams als WeTransfer link.