



**Pitkospuu
Productions**

Opas videotuotantojen ostamiseen



**Menestytään
yhdessä.**



Mitä on videotuotanto?

Videotuotanto on palvelu, jonka tarkoituksena on luoda valmista sisältöä yrityksen tai yhteisön markkinoinnin, myynnin tai asiakaspalvelun tarpeisiin. Lopullisena jalkautuksena voi olla kaikkea TV-ohjelmista ja -mainoksista aina yritysesittely-, rekrytointi- tai vaikka häävideoihin.

Se mikä erottaa videon tekemisen videotuotannosta on jonkinlainen **suunnitelmallisuus** ja **tavoitteellisuus**.

Tässä oppaassa käydään läpi asioita joita sinun tulee ottaa huomioon videotuotantoa ostaessa.



Erilaisia videotuotantoja

Videotuotantoja on olemassa lukuisia erilaisia, eri käyttötarkoituksia palvelevia. Tässä listassa muutama esimerkki:

1. Mainosvideot
2. Yritysvideot
3. Brändivideot
4. Tapahtumavideot
5. TV-mainokset
6. Webinaarit
7. Opasvideot
8. Striimaukset
9. Rekrytointi-videot
10. Referenssi-videot
11. Vaikuttajavideot
12. Vlogit



Kohdeyleisö

Ennen videotuotannon suunnittelua tai ostamista on tärkeää määritellä kenelle mainosta lähdetään tekemään. Kaikkia ei voi samanlaisella mainoksella miellyttää tai tavoittaa.

Kohdeyleisön määrittely vaikuttaa etenkin videotuotannon tyyliin sekä julkaisukanaviin.



Julkaistu- kanavat

Kun kohderyhmä on saatu rajattua, voidaan sen pohjalta miettiä, missä kanavissa tuleva video menestyisi parhaiten.

Eri ihmiset liikkuvat eri kanavissa ja kaikkia ei voi miellyttää. On eri asia ladata 10 minuutin video YouTubeen tai Facebookin, kuin minuutin mittainen video Instagramiin. Onko video tarkoitus julkaista useissa kanavissa ja onko siitä näin ollen tehtävä eri versiota?



Someen ja telkkariin?

Sosiaaliseen mediaan ladattavat markkinointisisällöt ja –videot ovat matalamman kynnyksen kanavia kuin tv:ssä mainostaminen.

Facebookiin voi ladata oman videon ilmaiseksi juuri silloin, kun haluaa ja video pysyy palvelussa käytännössä rajattoman pitkään.

TV-mainonnassa mainosaika maksaa ja sitä ostetaan tietyn verran tietyksi ajaksi. TV-mainonta ei ole kovin tarkasti kohdennettua toisin kuin maksettu mainonta sosiaalisen median palveluissa.

Toisaalta **TV-mainonnalla voidaan tavoittaa juuri sinun yrityksellesi tärkeä kohdeyleisö.**



Ostettu palvelu vai sisäinen tuotanto?

Kun lähdetään vertailemaan videotuotantojen tekemistä ulkoisen toimijan kanssa vs. talon sisäisesti tuotettuna, törmätään monesti samoihin kompastuskiviin. Mistä äänityöt? Mistä stock-materiaali? Kuka käsikirjoittaa? Tarvitaanko vaativaa editointityötä kuten animaatiota ja efektejä?

Lähtökohtaisesti osaamme jokainen tuottaa sisältöä teoriatasolla, sellaistaakin, joka resonoi omaan asiakaskuntaan, mutta tämän sisällön muuttaminen valmiiksi videoksi onkin usein haastavampi asia. Asiaan perehtyneen toimijan sisäiset prosessit videotuotantojen läpiviemiseksi aina suunnittelu- ja synopsisasteelta valmiin videon esittelyyn on yleensä jouhevampi, tehokkaampi ja sitä myötä **kustannuksiltaan jopa pienempi kuin talon sisäisesti tehtynä.**





Markkinointi- videon tyyli

Videotuottajaa valittaessa on hyvä tutustua kandidaattien tyyliin.

Referenssivideot sekä show reelit, joissa esitellään aikaisempia tuotantoja ovat hyvä lähtökohta.

Varsinkin, jos kyseessä on pidempi kuin 15 sekunnin mainosvideo, on tekijän tyyliin syytä kiinnittää huomiota, koska se tulee väistämättä vaikuttamaan videon ulkonäköön. Haluatko, että videosi on hitaita leikkauksia sisältävä elokuvamainen teos vai sopiiko yrityksesi tyyliin räväkämpi ja nopeatempoisempi tyyli?



Laatu ja sisältö

Videoita on tänä päivänä tarjolla lähes rajaton määrä, joten sisältöön ja laatuun on panostettava erityisen paljon.

Sisältö on kuningas eikä videon tekninen laatu tietenkään takaa suoraa menestystä, mutta laadukas ja visuaalisesti miellyttävä video nappaa katsojan mukaansa ja luo yrityksestä ammattimaisen kuvan.



Videotuotannon hinta

Videotuotannoille on erittäin hankala antaa yksiselitteisiä hintoja, koska käytännössä tarpeiden mukaan vain taivas on rajana toteutuksissa.

Siinä missä toisille riittää kevyt shoot&run -tyylinen yhdellä kuvaajalla toteutettava kuvaus, vaativat toiset toteutukset isoa työryhmää, useita kameroita ja tuotantoa.

Esimerkkihintoja:

Yritysvideo, n. 1 min, alk. 2500 €
Mainosvideo, n. 15 sec, alk. 1000 €
Animaatio, n. 30 sec, alk. 200€



Piilokulut

Videotuotannon hinta on monen eri tekijän summa. Selvää on se, että hintaan vaikuttaa tuotannon koko, tarvittava kalusto sekä videon pituus. Harva kuitenkin tulee ajatelleeksi, että tuotantoa varten tarvittavat näyttelijät, tilat ja mahdolliset lavasteet maksavat. Jos videolle tehdään voiceover, on ääninäyttelijän hinta myös huomioitava.

Videotuotannon ammattilainen kertoo näistä avoimesti, ettei laskun loppusumma yllätä ketään.



Videotuotannon aikataulu

Kampanjavideolla on kiire ja se olisi pitänyt saada valmiiksi jo eilen.

Videotuotantoa ei kannatta lähteä tekemään kiireellä, koska usein jälki on sen mukaista. Valmista ja viimeisteltyä videota ei kannata odottaa vielä seuraavana päivänä kuvauksista.

Editoija katsoo materiaalit läpi ja lähtee työstämään videota. Yleensä ensimmäinen ns. raakaversio on katsottavissa muutaman päivän sisällä kuvauksista. Toki riippuen siitä, mitä videotuotannosta on sovittu.



Vastaa näihin ennen ostamista!

- Mikä on kohderyhmäsi?
- Missä kanavissa video julkaistaan?
- Mitä videolla on tarkoitus saavuttaa?
- Mikä on budjettisi?

