



2. pielikums “Video materiāla filmēšana”

Vispārīgā informācija: Jau vairākus gadus video ir efektīvākais veids, kā nodot informāciju. Tieši video reklāmas klipi (reel video) palīdz vieglāk nodot patērētājam informatīvi ietilpīgākas ziņas, kā arī detalizētāk paskaidrot preces vai pakalpojuma priekšrocības.

Konkursam iesūtāmā **video materiāla mērķis ir reklamēt/pārdot žūrijas komisijas locekļiem savu biznesa ideju. Video materiālam jāsniedz priekšstats par produktu vai pakalpojumu, tā risināto klientu vajadzību, biznesa idejas gatavību realizēšanai, kā arī autora motivāciju un spēju iecerī īstenot.**

Iesniedzamajā materiālā netiks vērtēta video tehniskā kvalitāte, ko ietekmē konkursantam pieejamais tehniskais nodrošinājums. Video var tikt filmēts ar kameru vai telefonu un montēts jebkurā sev brīvi pieejamā montēšanas platformā. Tiks vērtēts loģisks, skaidri saprotams vēstījums, prasme interesanti parādīt savas biznesa idejas prototipu un tā gatavošanas vietu (saimniecību, darbnīcu, laukus utt.) vai attēlus, piemēram, ja šobrīd tam nav augšanas sezona – lauksaimniecības kategorijas dalībniekiem.

Video tehniskās prasības:

- **kameras novietojums – vertikāls**
- **video ilgums - līdz 3 minūtēm (max)**

Video saturs: Reklamē savu ideju, produktu, pakalpojumu. Veidojot reklāmu, savā stāstījumā mēģini īsi atbildēt/iekļaut atbildes uz šiem jautājumiem:

1. Iepazīšanās. Īss stāstījums par sevi.
2. Kas ir Tavs produkts/pakalpojums?
3. Kādu patērētāja problēmu risina Tavs produkts/pakalpojums?
4. Kāpēc tieši Tev ir labākais risinājums?
5. Kāpēc Tu esi uzticams?
6. Kāpēc izdarīt lēmumu tieši tagad?

Vērtēšanas kritēriji (iespējams saņemt 8 punktus):

Kritērijs	Max punkti
Noteikto tehnisko prasību ievērošana	1
Saturs	1
Radošā interpretācija un oriģinalitāte	1
Redzams prototips un vieta	1
Video nopublicēts autora Facebook vai Instagram kontā, atzīmējot Konkursa “Laukiem Būt” kontu	1

Ieteikumi (neobligāti):

- ✓ Sāc ar scenārija rakstīšanu.
- ✓ Reklāmas scenārijam vari izmantot šādu uzbūvi:
 - uzmanības piesaistīšana/intereses izraisīšana;
 - galvenais ziņojums (stāsta izklāsts);



uz sev vēlamu, konkrētu darbību.

- ✓ Veidojot reklāmas stāstu, vari izmantot formulu **“PIRMS-PĒC-TILTS”**, kur
 - Pirms** – iezīmē problēmu
 - Pēc** – apraksti situāciju, kurā problēma ir atrisināta
 - Tilts** – izskaidro, kā nokļūt līdz problēmas risinājumam, izmantojot Tavu produktu/pakalpojumu
- ✓ Nepārspīlē ar sarežģītiem termiņiem vai detaļām par pārstrādes tehnoloģijām, iekārtām u.tml.
- ✓ Esi pārliecinošs un izcelies!
- ✓ Izbaudi stāstīšanas un rādīšanas procesu! 😊

Tehniskie ieteikumi (neobligāti):

1. Runātājs stāv 1,5 - 2 metu attālumā no telefona vai kameras.
2. Telefonu turēt starp plecu un acu augstumu jeb: 1,5 - 1,7m no zemes. Nevis no apakšas vai augšas.
3. Filmējoties nevilkst ļoti raibu apģērbu.
4. Pievērst uzmanību, kas ir runātāja fonā - nevajadzētu būt uzrakstiem, kuri neattiecas uz lietu vai kustīgiem objektiem. Vēlams, lai fons būtu viendabīgs: piemēram, lauks, pļava, ganības, plaukts ar produktiem, guļbaļķu sienu.
5. Labāk dabīgs apgaismojums (ĀRA), bet, lai nespīd saule acīs vai kamerā. Labāk, lai saule ir no sāniem.
6. Ja filmē telpā, tad runātājam jābūt skaidri redzamam. Nefilmēt, stāvot ar muguru pret logu!
7. Filmējot pārbaudīt vai nepūš vējš, nerūc traktors, nestrādā zāģis, neļauj kaimiņš, vai nespiedz bērni, lai varētu saprast tekstu, ko runā un netraucē blakus trokšņi.
8. Uzreiz pēc filmēšanas pārbaudīt, kas iznācis. Ja iespējams - uz datora, ar skaļāku skaņu. Galvenais - vai var dzirdēt, ko runā! Ja ne, filmējot iet tuvāk runātājam.