Riigi Infosüsteemi Amet

Digikukkur

Tutvustavate videomaterjalide ja visuaalide loomise pakkumus.

Pakkuja: Taifuun OÜ (reg. kood 14545418)

Digikukkur

Sisukord

- Ambitsioon
- Kriitilised edutegurid
- Stsenaariumite lähtekohad
- Kasutatavad visuaalsed võtted
- Visuaalne näidis
- Tööprotsess
- Hinnapakkumine*

** Lisatud eraldi failina*

Ambitsioon

Graafiline kommunikatsioonivideo ei ole animeeritud infovoldik

Lõppkasutaja video eesmärk on ühelt poolt „selgitada, mis on Digikukkur“, kuid sama palju ka tekitada vaatajas soovi seda tulevikus kasutada.

Teenusepakkuja video eesmärk on tekitada tugev samastumine ja aktiveerida sihtrühm. Vajadus tuleb muuta aktuaalseks ja väärtuse tajumine usutavaks.

Mitte järjekordne äpi tutorial-video, vaid praktiline digiteenus

Taju abstraktsest digilahendusest tuleb muuta praktiliselt kasulikuks. Oluline on konkreetsus. Meie videod peavad mõjuma lihtsalt. Nii tekib vaatajates ka usk, et Digikukkur ise on lihtne ja selle kasutamine on jõukohane paljudele.

Kui me soovime öelda korraga palju, ei jää vaatajal midagi meelde

Väga tähtis on info esitlemisel hoida rütmi ja selgust. Nii et Digikukru tehnilise rakendamise info ja kliendikeskus (kasu) oleks tasakaalus.

Video sektsioonid peaksid algama inimeste vajaduste esiletoomisega mitte Digikukru funktsioonide defineerimisest. Iga peatükk videos võiks illustreerida olukorda, milles inimene end ära tunneb.

Tundlikku teemat käsitleme usaldust sisendavate visuaalsete võtetega

Digi-identiteet puudutab isikuandmeid. Turvalisuse taju tuleb võimendada ka visuaalselt - vaataja peab kohe aru saama, kes on selle video autor. Seetõttu lähtume RIA visuaalsest identiteedist.

Edutegurid

Lühike ja kohe haarav: põhivideo pikkus kuni 2 min. Tähelepanu tuleb meil võita esimese 5–10 sekundiga. Kõik Digikukru funktsioonid avame läbi inimese probleemi või ootuse illustreerimise, millele järgneb Digikukru funktsionaalsus kui lahendus.

Väga selged tekstid: RIA CVI on moodne ja visuaalselt atraktiivne ja digiteenustele igati sobiv. Kuid seda tuleb tasakaalustada lihtsalt mõistetavate tekstidega, et me ei jääks vaatajale kaugeks. Meie ülesanne on kõnetada laiemat auditooriumi kui pelgalt *early adopter'*id.

Visuaalselt iseseisev: Teema on kompleksne. Väldime mitmetähenduslikke või abstratkseid graafilisi võtteid, mis vajaksid lahtiseletamist *voiceover'*iga. Eesmärk on, et kõik videod "töötavad" ka ilma helita.

Tunnetuslikult usaldusväärne: Inimene peab kohale alguses aru saama, et see tegu ei ole lihtsalt ühe "põneva digiteenusega", vaid ametliku ja usaldusväärse rakendusega. Seepärast kasutame ära võimalusi, mida RIA CVI pakub. Läbiva toonina kasutame sinist, mida värvipsühholoogias seostatakse usalduse,stabiilsuse ja professionaalsusega.

Tegevusele suunav: vaataja peab teadma, mida ta järgmisena teha saab või mida temalt oodatakse. Lõpetame videod konkreetse mõtte, paremal juhul suunisega, mida inimene peaks järgmisena tegema.

Mulle vajalik: Digikukkur peab tunduma kasulik, lihtne ja turvaline. Väldime visuaalses keeles ekspressiivseid või karikatuurseid võtteid, mis "söövad" usaldusväärsust. Oluline on mitte mõjuda liiga *funky start-up'*ina, vaid kindlalt toimiva ja praktilise teenusena.

Lähtekoht

Järgime videote stsenaariumite loomisel Google'i ABCD mudeli loogikat.

"ABCD" on Google'i ja YouTube'i uuringutel põhinev videoloome efektiivsuse raamistik, mis koondab neli põhimõtet: **Attention**, **Branding**, **Connection** ja **Direction**. Mudeli eesmärk ei ole ette kirjutada jäika stsenaariumi, vaid aidata luua videoid, mis püüavad tähelepanu, muudavad sõnumi ja selle saatja äratuntavaks, loovad tähendusliku seose vaatajaga ja suunavad soovitud tegevuseni.

Mudeli põhimõtted on välja töötanud Google koostöös uuringufirmadega ning neid on rakendatud Ipsose, Nielseni jt. uuringufirmade poolt. ABCD põhimõtteid järgiv videoloome võib parandada nii kommunikatsiooni vahetut tulemuslikkust kui ka sõnumi pikaajalist mõju brändikuvandile.

Google rõhutab, et "ABCD" ei ole loovidee genereerimise valem, vaid uuringutel põhinev raamistik turundusideede võimalikult mõjusaks teostamiseks.

Kuigi Digikukru videote eesmärk ei ole müüa kommertstoodet, on "ABCD" põhimõtted hästi ülekantavad ka avaliku sektori teavitus-kommunikatsiooni.

Digikukru puhul on turunduslik väljakutse sarnane: **piiratud aja jooksul tuleb võita väheste eelteadmistega vaataja tähelepanu, muuta uus ja suhteliselt keeruline teema talle arusaadavaks, kujundada usaldust ning suunata soovitud hoiaku või tegevuseni.**

Attention: võidame tähelepanu kohe, alustades sihtrühma jaoks relevantsest olukorrast, probleemist või kasust, mitte tehnilisest definitsioonist.

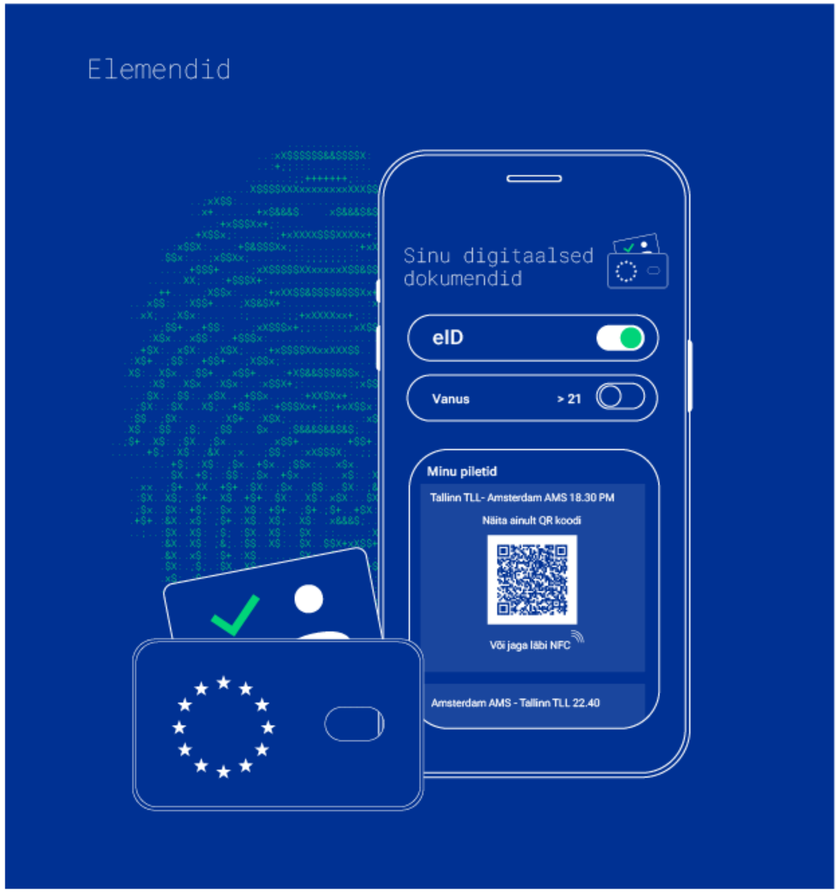
Branding: toome Digikukru nime, RIA indentideedi ja lahenduse videosse varakult ning seome selle läbivalt konkreetsete kasutusolukordadega.

Connection: muudame abstraktse digilahenduse tähenduslikuks: lõppkasutajale läbi isikliku kasu, lihtsuse ja kontrolli; teenusepakkujale läbi mõju, võimaluste ja kohustuste.

Direction: lõpetame selge järgmise sammuga: lõppkasutaja teab, kust saada lisainfot ja kuidas Digikukrut kasutama hakata; teenuse-pakkuja teab, mida peab oma organisatsioonis järgmisena tegema.

Visuaalsed võtted

Elemendid, tekstistiil ja värvide kasutus



Peamisi elemente kujutame RIA brändijuhendist lähtuvalt kitsas ja minimalistlikus ikoonistiilis. Et infot piisavalt edasi anda, on illutsratsioonid ikoonidest siiski detailsemad. Toetava elemendina kasutame ASCII mustreid, mis lisavad mängulisust ja konteksti.



Tekstid on julged ja aktiivsed. Rõhutame seda, mis oluline. Tekste toob sisse mänglev roheline “kursor”, mis suunab tähelepanu õigesse kohta ja aitab animatsiooni tempokalt edasi viia.



Intro animatsioonis kasutame RIA CVI sinist, valget, ning aktsendina rohelist. Et digikukru erinevaid funktsioone selgemini edasi anda, kombineerime pikemates animatsioonides erinevate teemade esitlemiseks ka CVIs lubatud lisavärve.

Visuaalsed võtted

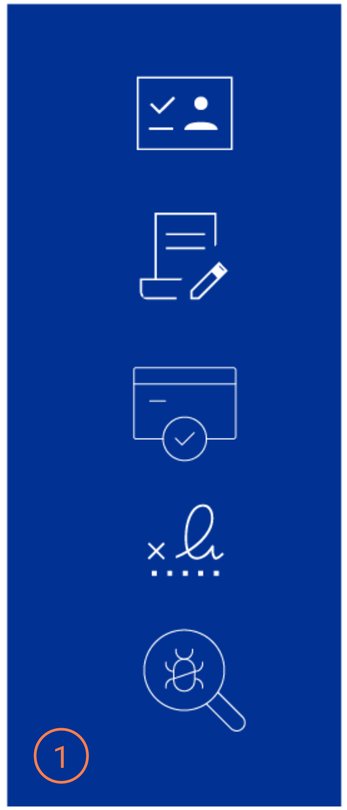
Graafiliste elementide tüübid ja roll

Plaanime kasutada kolme tüüpi ikonograafiat ja illustratsioone lähutvalt nende rollist:

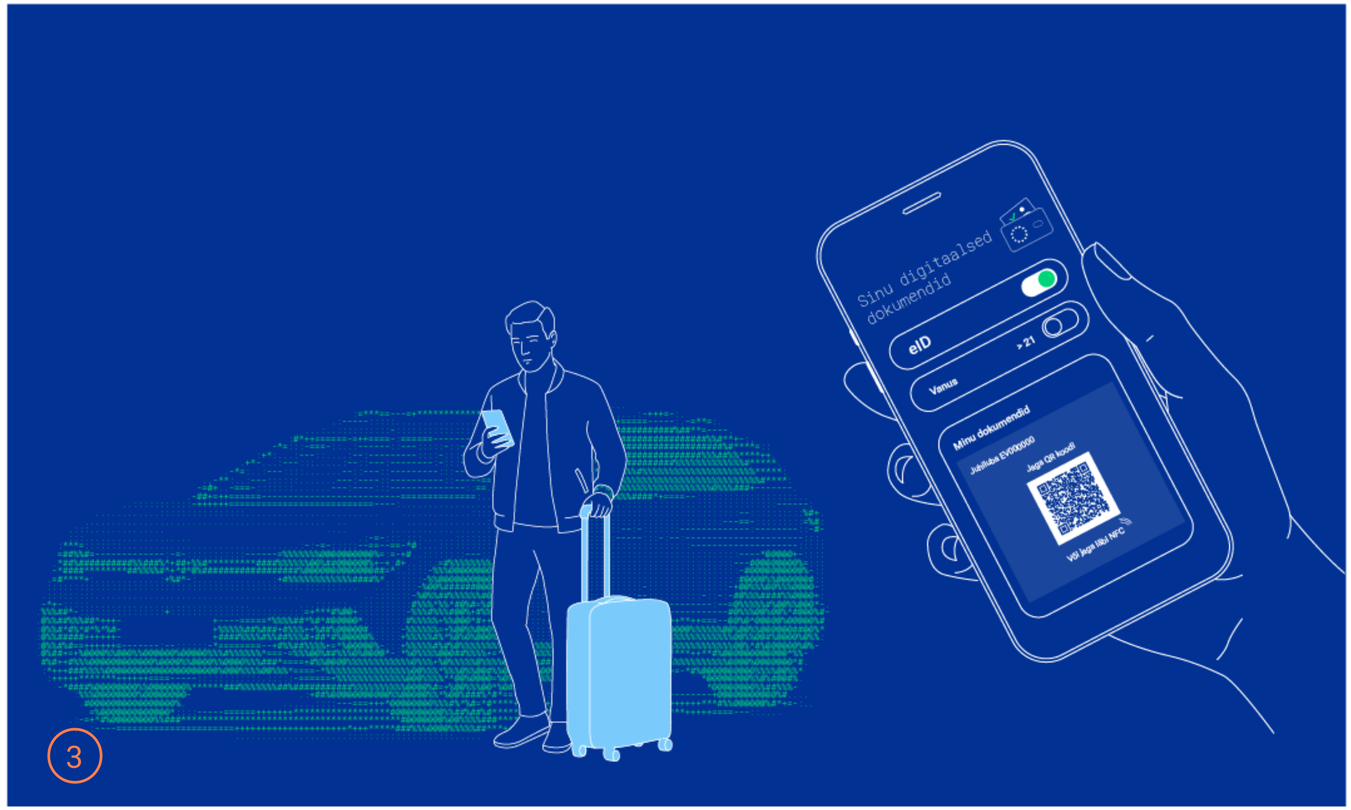
1. Kasutame tänaseid ikoone funktsionaalse iseloomuga info esiletõstmiseks

2. ASCII stiilis graafikat kasutame uute teemade sissejuhatamisel ning kohtades, kus on vaja animtasiooni emotsionaalselt võimendada.

2. Jutustavama iseloomuga stseenide jaoks illustreerime täiendavalt (RIA CVI stiilis) mikro-stseene, mida saame panna ka liikuma. Need stseenid aitavad Digikukru kliendikasu tõhusalt edasi anda.







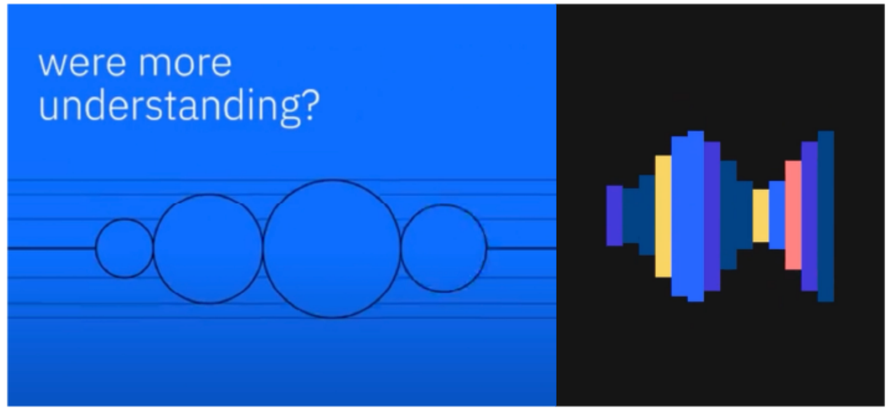
Digikukkur

Visuaalsed võtted

Heliefektid rakendamine

Vaatajate tähelepanu hoidmiseks ja juhtimiseks kasutame heliefekte, mis aitavad suunata tähelepanu sisuliselt olulistele detailidele. Samuti muudavad heliefektid kaadritevahelised üleminekud dünaamilisemaks ja video tervikuna mõjub haarvamalt.

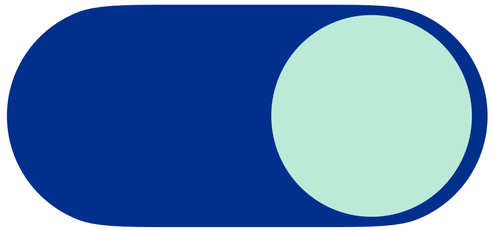
Oluline on, et me nende efektidega videoid üle ei koorma, vaid kasutame õigetes kohtades eesmärgiga hoida fookust ja tempot. Siin on mõned helidisaini näited, mis meile meeldivad ja mille kasutamine sobiks Digikukru videote sisu ja stiiliga.



Näidete vaatamiseks kliki siia



Visuaalne näidis



Laadi videonäidis alla siit

Digikukkur

Protsess

Tegemist on meie varasemal kogemusel põhineva esmase nägemusega tööetappidest. Konkreetne teostusplaan sünnib koostöös tellijaga ehk teiega.

Siiski on võimalik kirjeldada ära animatsiooni-loomise põhimõttelised etapid ning olulised tegevused erinevates töölõikudes. Oluline on protsessi esimeses pooles võtta piisavalt aega detailidega tegelemiseks, sest teostusfaasis muudatuste elluviimine on selliste projketide puhul ajamahukam.

Meie töömeetod on agiilne ja te olete projekti sisuliselt kaasatud kogu protsessi vältel. Rusikareeglina võib öelda, et esimese poole ajast me otsustame, mida ja kuidas me ütleme ning näitame. Teine pool protsessist keskendub animeerimisele ja sellega seotud tootmisele (nt. helidisain jms).

Antud plaan lähtub eeldusest, et meil on aega kokku kaheksa nädalat kuni animatsioonide üleandmiseni novembri lõpus.

1 nädal — Kick-off ja briifingud

Täpsustatud lähteülesanne

Eesmärgid ja soovitud mõju, teenuse loogika, ABCD lähtekohad

1 nädal — Agentuurisisene töö

Loovkontseptsiooni väljatöötamine

Narratiivi loomine koos visuaalse võtestikuga, ülesehituse loogika

1 nädal — Agentuurisisene töö

Stsenaariumite arendus

Põhi- ja lühivideote stsenaariumid koos *voice-over* tekstidega

1,5 nädalat — Esitlus ja tagasiside

Storyboarding + animatics

Võtmekaadrite visualiseering,tempo,kaadrite liikuvad näidised

2 nädalat — Agentuurisisene töö

Animatsioonide tootmine

Animeerimine,graafiliste elementide disain,helindus, subtiitrid

1 nädal — Agentuurisisene töö

Viimistlus ja versioonid

Tagasiside, korrektuurid, formaatide tegemine, lõplik üleandmine

Aitäh