

### **Wanneer ben je erachter gekomen dat je commercials/video's maken leuk vond om te doen?**

*Ooit, tien jaar geleden, begon alles met video's voor online wedstrijden. Ik bedacht creatieve concepten, beter dan mijn tegenstanders, en zetten draaidagen op met een klein cameraatje en een groep vriendinnen. Vele reizen, iPads, scooters en andere prijzen had ik ermee gewonnen. Elke wedstrijd werd ik beter! Dat loonde enorm, dus de motivatie en de leercurve waren hoog. Omdat zich alles online afspeelde, kreeg mijn netwerk ook alle video's te zien op de Facebook feed. Ik stond bekend als Roos die altijd alles won met video's. Dat had wat nadelen, maar ook voordelen; via mijn netwerk kreeg ik mijn eerste freelance klussen. Ik had er nooit voor geleerd, alles mezelf aangeleerd. Je kan je voorstellen dat er een hoop dingen fout zijn gegaan tijdens die eerste klussen van mijn videocarrière.. Maar van die fouten leer je :-)* Ik leerde ook welke video's ik leuk vond om te maken, en welke niet.

*Mijn passie ligt in het overdragen van een boodschap. De kijker meesleuren in een passie, in een narratief. Door de juiste klanken en visualisaties iemand bewegen, iemand raken.*

### **Welke stappen heb je ondernomen om te staan waar je nu staat?**

*Zoals hierboven omschreven, een hoop. Naast mijn studie CMD heb ik altijd freelance klussen gedaan, en na mijn afstuderen bij Picnic ben ik bij het bedrijf gebleven met de verantwoordelijkheid over de videoproducties.*

*Zonder vallen geen opstaan - vlieguren zijn het aller belangrijkste. Niet denken, gewoon doen. Ik ben oneindig vaak op m'n bek gegaan. Wedstrijden verloren waar uren werk in zaten, camera errors, verschillende instellingen, uit focus, audio apparatuur vergeten, administratie niet op orde. Afgewezen door opdrachtgevers omdat mijn color grading niet naar smaak was en nog veel meer situaties die tot vandaag nog pijnlijk in mijn herinnering zitten.*

*En fouten maak ik nog steeds, maar dan net andere. Eigen werk is nooit goed genoeg, waar werk van anderen verwachtingen overstijgt. En hun werk lijkt ongrijpbaar - hoe doen ze dat? Wáárom doen ze dat? Waarom maak ik dat niet? Progressie is moeilijk te herkennen als je er zelf midden in zit, maar na verloop van tijd krijg je vat op je eigen stijl, vat op werk van anderen. Kan je het allemaal makkelijker ontleden en maak je daadwerkelijk keuzes op basis van stijl en eigen voorkeur. Vraagtekens worden uitroepetekens, en dan zelfvertrouwen draagt bij aan groei.*

### **Hoelang ben je gemiddeld bezig met het maken van een commercial?**

*Van conceptcreatie en castings, tot aan de edit, hebben wij op dit moment ongeveer 12 weken nodig. Maar elke commercial blijft maatwerk, sommige zijn minder werk, andere meer.*

### **Wat zijn de taken binnen het maken van een commercial en uit welke rollen bestaat zo'n team?**

*De basis is toch wel een regisseur, cameraman, audioman, licht/gaffer, productie(assistent), acteur. Afhankelijk van de productie, bereid je dit team uit voor meer efficiëntie en om te voorkomen dat crew zich bezig houdt met andere taken dan waar hij/zij in gespecialiseerd is.*

### **Wat vind je het leukst aan jouw vak?**

*Er zijn eigenlijk heel veel verschillende aspecten die ik leuk vind. Concepten die raken ontwikkelen, dat zou ik elke dag willen doen. Mensen echt daadwerkelijk ontroeren, bewegen. Nu moet ik we zeggen dat niet elke commercial zo ingestoken wordt. Commercials die met name moeten converteren zijn soms effectiever als ze kort en krachtig zijn. Maar naast het conceptualiseren ook het organiseren, het samenvoegen van elementen tot één geheel - passend bij het concept. We bouwen een fictieve wereld en trekken de kijker mee!*

### **Hoe begin je met het maken en bedenken van een commercial?**

*Vaak beginnen we met het stellen van de juiste kaders. Wat is het doel? Dus, willen we dat de doelgroep een app download of willen we ze een gevoel krijgen bij het merk? Wie is die doelgroep? Welke aspecten van ons merk willen we uitlichten? Daarna ga je nadenken over het concept, passend binnen die kaders. Hier mag de*

*creativiteit de vrije loop! Als er eenmaal een concept is, schets je het uit in een storyboard en vertaal je dit in een duidelijke shotlist. Je stelt een team samen, zoekt een geschikte locatie, de juiste acteurs, de goede attributen voor het decor. Daarna brief je iedereen duidelijk en ga je op de draaidag vlammen!*

*Wel moet ik bekennen dat het bijna nooit gaat zoals hierboven omschreven, zeker in een corporate bedrijf. Vaak is er haast en gaat dat ten kosten van het concept. Soms begin je met het plannen en zoeken van locaties/acteurs en komt het concept later. Het plannen van een draaidag en het zoeken van de juiste poppetjes is vaak makkelijker te regelen dan het creëren van een concept waar veel meningen overheen gaan. Iedereen moet het er tenslotte mee eens zijn ..*

### **Hoe maak je de bepaalde keuzes binnen de cast en het decor?**

*Dit doe je op basis van ervaring maar ook persoonlijke voorkeur. Soms verdrink ik in de eindeloze mogelijkheden; gaan we voor een getinte actrice? Een gemixt gezin? Of toch juist allemaal Hollandse blondjes? Willen we een moderne keuken? Of een oudere, houten? Laten we een man de boodschappen aanpakken? Of juist een vrouw? Je kan absoluut sommige keuzes maken op basis van een beredening, maar vaak blijven er dan alsnog veel opties over. En achteraf heeft iedereen alsnog een mening over jouw keus, soms niet even positief. Het zal niet vaak voorkomen dat iedereen je werk mooi vindt of dat iedereen het eens is met een bepaalde keus. Dat is niet erg, dat zal je altijd houden. Uiteindelijk is het het allerbelangrijkst voor jouw eigen groei dat je er zelf een mening over hebt en daar achter staat. Mensen zullen je aannemen/inhuren voor jouw stijl, en die zal dan bij hun aansluiten. Authenticiteit moet je nooit verliezen! Durf te vinden en te kiezen, dat maakt "jou" jou!*

### **Wat zijn veel voorkomende struikelblokken bij het realiseren van een commercial?**

*Tijd! Ik vind dat er vaak in onze projecten te weinig tijd gaat in het conceptualiseren. Dit kan je nooit rushen, dat maakt het lastig. Even zitten en in 15 minuten een creatief concept bedenken kan, maar je kan er niet vanuit gaan dat zoiets planbaar is. Druk laat mijn creativiteit verdwijnen, vaak komen mijn gedachten pas op gang als ik in bed lig. Wat zou kunnen bijdragen aan een oplossing voor dit probleem, is zorgen dat je inspiratie op blijft doen en dit in je vaste routine krijgt. Ken je Behance? Daar delen veel creators hun werk. Dat inspireert mij altijd enorm, niet alleen voor video!*

### **Als je iemand tips zou moeten geven voor het bedenken en het maken van een eigen commercial, welke tips zou je dan meegeven?**

*Ik zou je adviseren om te beginnen bij de gedachte achter de video. Wat wil je dat de kijker voelt als de video afgelopen is? En hoe kan je dit het beste voor elkaar krijgen? Er zijn verschillende mogelijkheden om een verhaal te vertellen. Laat je een tegenstelling zien? Of juist een overeenkomst om een boodschap over te brengen? Het moet de kijker raken en bewegen, dit moet je altijd in je hoofd houden. Ik zou zeker ook meerdere ideeën bedenken, beetje uitwerken en vervolgens weer een nieuw idee bedenken. Ik heb veel gehad aan de lessen van Rob van den Idsert en dan met name de concept lessen waarbij we het boek "The advertising concept book" gebruikten. Dat boek heb ik altijd op mijn bureau liggen, hij is echt waanzinnig goed! En ja, ik neem ook altijd te weinig tijd om er in te lezen, maar een beetje is soms ook al voldoende.*