



Corporate Film

RIGHTMAN
PICTURES





Chefsache

Wir leben in einer visuellen Kultur. Das macht den Corporate Film zu einem wichtigen Kommunikationsinstrument, wenn es um Ihren Unternehmensauftritt geht. Und zu einem unentbehrlichen Medium, wenn es darauf ankommt, Herz und Seele Ihrer Firma zu präsentieren. Kurz zur Chefsache.

RIGHTMAN
PICTURES




Für wenig Geld den Konzern dynamisieren.

Dynamik prägt Ihr Business. Veränderung ist zum Bestandteil jeder Unternehmenskultur geworden. Kaum ein anderes Medium ist so geeignet, dies nach aussen und nach innen verständlich und nachvollziehbar zu machen, wie der Corporate Film.

Denn nichts bringt soviel Dynamik in ein Unternehmensleitbild wie bewegte Bilder.

RIGHTMAN
PICTURES




In 12 Minuten zum Global Player.

Ihr Unternehmen globalisiert. Und lässt dabei Grenzen und Nationalitäten hinter sich. Ein Medium, das kaum kulturelle Barrieren kennt, ist der Corporate Film. Möchten Sie rund um den Globus genau 1 Botschaft kommunizieren, lassen Sie Bilder sprechen. Sie bewegen Ihren Area Manager in Tai Peh ebenso wie Ihren Sales Rep in Urnäsch.

RIGHTMAN
PICTURES
□ □ □



Mit der Kamera Ihre Visionen verwirklichen.

Jedes Unternehmen braucht Visionen.
Hier leistet der Corporate Film ganze
Arbeit zu vernünftigen Preisen.
Gelungene Kameraarbeit kommuniziert
Abstraktes in Bildern und vermittelt
Grundsätzliches in Symbolen. Er macht
Werte erfass- und erfahrbar. Er ist genau
das Medium, das Ihre Botschaft dorthin
bringt, wo Sie am meisten wirkt: ins Herz.

RICHTMAN
PICTURES




Mit 1000 DVDs die Konkurrenz überholen.

Ihre Produkte sind neuartig. Ihre Dienstleistungen sind konkurrenzlos. Ihr Produktionsverfahren ist revolutionär. Und Ihre Kommunikation? Differenzierung mit allen Mitteln heisst heute die Devise. Kein Medium kann da so viel so günstig dazu beitragen wie ein Corporate Film. Und wenn er noch als DVD an Ihre Kunden abgegeben wird, hat die Konkurrenz wieder einmal das Nachsehen.

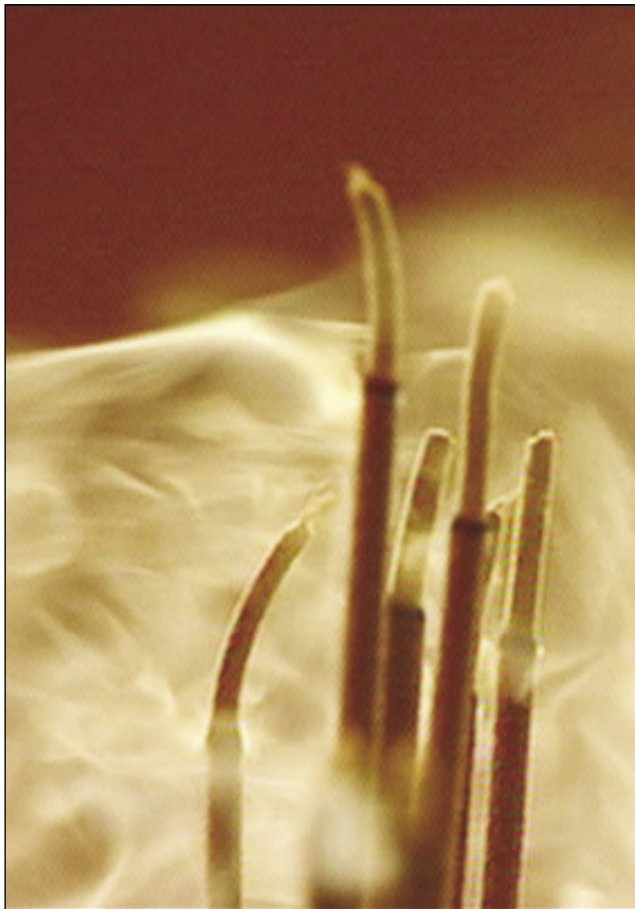
RIGHTMAN
PICTURES




Auf der Grossleinwand gross rauskommen.

Eine Imagekorrektur, eine Fusion, eine Neupositionierung am Markt. Ein neuer Corporate Film als Initialzündung bewegt mehr als bedrucktes Papier. Hier können Sie zeigen, was Ihre Firma antreibt und was sie produziert. Bilder werden oft intensiver gelesen als Worte: zum Beispiel auf der Grossleinwand an der Aktionärsversammlung.

RIGHTMAN
PICTURES

Exklusives Product Placement weltweit.

Sie sind stolz auf Ihre Produkte, Sie möchten ihnen eine Bühne und auch gleich die Hauptrolle geben. Nichts fällt dem Corporate Film leichter, als Produkte auf spannende, einmalige und packende Art und Weise zu inszenieren. Er hat im Vergleich zu den anderen Medien die allerbesten Voraussetzungen dafür: Motion, Licht, Sound, Close-up, Detail-Shot und die ganze Kunst Hollywoods.

RIGHTMAN
PICTURES


Was macht ein gutes Briefing besser?

Mit ein paar guten Fragen kommen auch die guten Ideen.

Hier erst mal die guten Fragen:

Gibt es Fundamentals, auf denen der Film aufbauen muss?

Claims, Mission Statements, Positionierungen, ein umfassendes Kommunikationskonzept etc. Solches „Material“ ist wichtig, um die Botschaft zu definieren.

Welches sind die Musts, die ein Film muss?

Produkte, Produktionsprozesse, oder Dienstleistungen und Businesscases?

Gibt es Locations, die für das Unternehmen wichtig sind?

Produktionsstandorte, Niederlassungen, Hauptsitze etc.

Welche Rolle spielen die Mitarbeiter im Unternehmen?

„Bei uns steht der Mensch im Zentrum“ - das kann jeder sagen. Aber stimmt das auch. Und wie zeigt sich das? Gibt es Beispiele? Gibt es spannende Stories?

Und wie steht es mit der Firmenstruktur?

Divisions, Geschäftssparten, Unternehmestweige, Konzernstrukturen etc. Braucht der Zuschauer das zu wissen? Ist die äussere Struktur eines Unternehmens wichtig, oder setzt man ganz auf den Spirit?

Was treibt die Firma an, was ist ihre Mission?

Was macht den Spirit ihres Unternehmens aus? Dienstleistungsbereitschaft zum Beispiel? Oder das Streben nach Produktinnovation? Oder das Suchen nach neuen kundenspezifischen Lösungen?

Und wer soll den Film sehen?

Sicher ihre Kundenpartner. Aber sicher auch die eigenen Mitarbeiter. Und auch Investoren? Und Analysten? Und potentielle Mitarbeiter? Und? Und?

Wie wollen Sie den Film einsetzen?

Einfach überall. Oder auch auf Messen? Auf GVs? Auf Recruitment Events? Versuchen Sie einfach einmal eine Liste zu machen. Dann zeigt sich schnell, ob es längere und kürzere Versionen des Films geben soll. Und wie diese Aussehen sollen.

RICHTMAN PICTURES Gubelhangstr. 6 P.O.Box CH-8050 Zürich
Tel +41 1 312 05 66 Fax +41 1 311 21 34
www.richtman.com welcome@richtman.com

