



# NORTHLIGHT

Video Collective

## SOCIAL MEDIA KONZEPT

ZYKLUS 1

# AUSGANGSLAGE

Zum Zeitpunkt der Erstellung der Version 1.0 des SM-Konzeptes existierten noch keine Social Media Accounts. Mit diesem Konzept wird der erste Schritt für einen Social Media Auftritt gemacht.

Die Erstellung des SM-Konzeptes erfolgt nicht einmalig sondern ist sie ein zyklischer Prozess. Das Konzept veraltet so nicht und bleibt aktuell und mit den Unternehmenszielen stimmig. Im Zyklus werden zuerst die Ziele SMART definiert. Darauffolgend werden konkrete Massnahmen festgelegt und in

einem nächsten Schritt die Kennzahlen für die nachfolgende Messung festgelegt. Nachdem die Erfolgsmessung der Kennzahlen für die SMART Ziele abgeschlossen ist, wird diese intern bewertet. Zuletzt wird anhand dieser Bewertung das Konzept angepasst und bestenfalls optimiert und der Zyklus wird nochmals wiederholt. Der Zyklus wird 2 bis 4 Mal im Jahr durchgemacht. Die SMART Ziele können somit auf Ende eines Quartals oder Halbjahres gesetzt werden. Ausnahmen sind mit Begründung möglich.

# INHALT

ZIELE .....	04
ZIELGRUPPEN .....	05
KANÄLE .....	05
MASSNAHMEN .....	06
CONTENT .....	07
Content-Mix .....	07
Beitragskategorien .....	08
Collective .....	08
Beitragskategorien .....	09
Work .....	09
Content-Kalender .....	10
SPRACHE .....	11
WACHSTUM .....	11
WORKFLOW & RESSOURCEN .....	12
NÄCHSTER ZYKLUS .....	13
Mögliche neue Ziele .....	13
Mögliche neue Kanäle .....	13
Mögliche neue Beitragskategorien .....	13
The World of Movies .....	13

# ZIELE

SMART Ziele sind spezifisch, messbar, erreichbar, realisierbar und terminspezifisch.

- Specific
- Measurable
- Achievable
- Realistic
- Time based

## **Das aktive Publikum erhöhen:**

Bis Ende des Jahres 2021 wollen wir auf Instagram 200 Abonnenten erreichen.

## **Neue Freischaffende akquirieren, um das Netzwerk zu erweitern:**

Bis Ende des Jahres 2021 wollen wir durch Instagram 30 neue Anfragen für einen Beitritt ins Kollektiv erhalten.

# ZIELGRUPPEN

- Geschäftsführer, Gründer und Kommunikationsleiter von Schweizer Unternehmen (Deutschschweiz)
- Freischaffende im Bereich Videografie (Deutschschweiz)

# KANÄLE

- Vorläufig nur Instagram.
- Sobald das Kollektiv gross genug ist (etwa 20 Freischaffende), wird auch ein LinkedIn-Konto eröffnet und bespielt.

# MASSNAHMEN

- Regelmässig informative oder unterhaltende Beiträge veröffentlichen, die für die Zielgruppen relevant sind.
- Beiträge veröffentlichen, die erklären, was Northlight ist, wie Northlight aufgebaut ist und was Northlight.
- Beiträge veröffentlichen, die aufzeigen, dass wir auf der Suche nach weiteren Freischaffenden für unser Kollektiv sind.
- Alle Anfragen von Freischaffenden über Social Media noch am selben Tag beantworten.
- Es wird noch keine SM-Werbung betrieben.

# CONTENT

Der Content wird immer nach CI- und CD-Guidelines erstellt. Diese Handbücher werden für die Erstellung und Publikation der Inhalte von Northlight zur Verfügung gestellt.

## CONTENT-MIX

- 50 Prozent des Contents besteht aus der Kategorie Collective
- 50 Prozent des Contents besteht aus der Kategorie Work
- 25 Prozent des Contents verlinkt auf die Webseite

# BEITRAGSKATEGORIEN

## Collective

### **Videoportraits:**

Hier portraituren wir die Mitglieder unseres Kollektivs in Form von kurzen, einheitlichen Videoportraits. Wir stellen ihre individuellen Fertigkeiten in den Vordergrund. Die Freischaffende erzählen von ihren Erfahrungen, wie sie ihren Einstieg in die Filmbranche gefunden haben und welche Hürden sie dabei bewältigen mussten. Sie plaudern über Dreharbeiten und spannende Projekte. In dieser Variante wird dem Beitrag nur einen kurzen Text beigefügt.

Die Videos sind 60-90 Sekunden lang, bestehen aus Interviews mit Schnittbilder vom Mitglied an Dreharbeiten und beinhalten Intro, Hauptteil und Outro mit Logoanimation.

### **Featured Artists:**

In dieser Variante wird alle 6 Monate ein Mitglied des Kollektivs ausgesucht, der in dieser Zeitspanne eine spezielle Arbeit geleistet hat. Dazu wird eine Fotoserie mit Behind-The-Scenes-Fotos und/oder Frame Grabs von diesen Projekten gezeigt.

### **Fotoportraits:**

Hier portraituren wir die Mitglieder unseres Kollektivs in Form von Fotoportraits. Sie werden mit einem cineastischen Licht erstellt, als wäre es ein Screenshot direkt aus einem Film. Es können verschiedene Lichtfarben und Varianten der Lichtsetzung benutzt werden, um die Mitglieder voneinander abzuheben.

In dieser Variante bildet der Text den Inhalt. Hier werden vor allem die speziellen Eigenschaften und Fertigkeiten der einzelnen Mitglieder genannt.

# BEITRAGSKATEGORIEN

## Work

### Projekte:

In dieser Variante wird einerseits Behind-The-Scenes-Material als Foto- oder Videobeitrag gezeigt. Wir bebildern eindrückliche Setups von einfachen bis komplexen Filmsets. Andererseits werden auch Frame Grabs und einzelne Sequenzen von aktuellen Projekten veröffentlicht. Die Zuschauer sollen eindrückliche Einblicke in unsere Arbeit erlangen und die Endresultate bestaunen können.

Die Gestaltung dieser Beiträge kann individuell nach CI und CD gestaltet werden. In der Beitragsbeschreibung geben wir Hintergrundinformationen zum gezeigten Projekt an. Zum Beispiel: Kunde, Projektart, Aufnahmezeitraum, Herausforderungen, Teammitglieder etc.

### Story Highlights:

Einzelne Instagram-Stories können als Instagram-Highlight gespeichert werden. Somit dienen sie als eine Art BTS-Archiv für vergangene Projekte.

### Work Stories:

Hier werden Bilder und Videos von aktuellen Sets und Dreharbeiten als Instagram-Stories gezeigt. Diese müssen nicht grossartig aufpoliert werden und können auch am selben Tag ohne grosse Nachbearbeitung publiziert werden. Es geht darum, Einblicke in unsere Set- und Nachbearbeitungsarbeit zu bieten. Jedoch sollen diese Stories nicht zu oft veröffentlicht werden, lediglich solche, die auch inhaltliche Substanz bieten oder interessante Eindrücke bieten. Das heisst, sie zeigen zum Beispiel spezielle Arbeitsweisen am Set, wie ungewöhnliche Licht- oder Kamerasetups oder Freelancer bei der Arbeit oder in der Pause. Hier ist es erwünscht, Personen zu zeigen, sodass der Bezug zum Menschen hergestellt werden kann und sich die User mit Northlight identifizieren können.

# CONTENT-KALENDER

CONTENT

- Videoportraits Alle 3 Monate
- Fotoportraits Alle 2 Monate
- Featured Artists Alle 6 Monate
- Projekte 1 Mal pro Monat
- Work Stories Maximal 14 in der Woche

# SPRACHE

Auf sozialen Medien kommunizieren wir per Du. Die Kanalinfos und einzelne Posts werden auf Deutsch verfasst.

# WACHSTUM

Wir verfolgen einen organischen Wachstum durch Erwähnungen und weitere Social Media Interaktionen des Kollektivs.

# WORKFLOW & RESSOURCEN

An Dreharbeiten wird stets Behind-The-Scenes Material gesammelt. Das kann von der Set-Crew mit dem Smartphone oder aber auch von einem separaten BTS-Guy mit einer professionellen Kamera erstellt werden. Es ist Bild- sowie Video-Material erwünscht. Die SM-Koordinatoren können – wenn sich etwas Spannendes für das SM-Publikum ergibt – auch direkt am Set Instagram-Stories publizieren, sofern sie in die Content-Strategie passen.

# NÄCHSTER ZYKLUS

## MÖGLICHE NEUE ZIELE

- Interaktion in den Beiträgen steigern
- Die Markenbekanntheit steigern
- Die Beitragsreichweite erhöhen
- Die Häufigkeit der Beiträge von Freischaffenden in Bezug zu Northlight erhöhen

## MÖGLICHE NEUE KANÄLE

- LinkedIn
- YouTube

## MÖGLICHE NEUE BEITRAGSKATEGORIEN

### The World of Movies

#### Nice-to-Know:

Informative Beiträge über die Filmwelt, bekannte Filmemacher, ihre Arbeiten und spannendes Filmwissen.